

LA HISTORIA SOCIAL DEL CONSUMO EN LA ESPAÑA MODERNA: UN ESTADO DE LA CUESTIÓN*

Ramón Maruri Villanueva

Universidad de Cantabria

HACIA 1970, durante su trabajo de campo en la comarca de Liébana (Cantabria), el antropólogo Javier López Linage preguntaba a un campesino del pequeño pueblo de Baró que cómo vestían durante su mocedad. Tomando en consideración que el campesino contaba con 72 años de edad, la realidad social a la que remitía su respuesta debía de ser, cuando menos, la del primer tercio del pasado siglo XX; dicha respuesta fue:

¡Fíjese! A lo mejor había algunos (pocos) vecinos que, por lo que sea, podían vestirse algo mejor que los demás (...) pues ya ve, no lo hacían, ni se les ocurría; no podían llevar la ropa de los pudientes ¡no! ¡¡qué va!! Todos les mirarían así de lao [Es decir, estarían fuera de lugar].¹

No he hallado testimonio más elocuente que éste desde el cual partir para proponer un estado de la cuestión sobre lo que ya se ha consolidado como un ámbito de análisis histórico con un estatuto propio: la Historia Social del Consumo. Elocuente porque la respuesta del campesino de Bárago tiene diversos planos de significación.

Uno, que no vestirse como los “pudientes”, aun pudiendo económicamente, nada tenía que ver con el ingreso campesino.

Otro, que nada tenía que ver tampoco con otra distancia al mercado, no ya la económica, sino la física o espacial, tan limitadora del consumo en otros tiempos.²

* Al pretender en este estudio dar cuenta del proceso de formación de la Historia Social del Consumo como ámbito de análisis, he considerado lo más pertinente organizar los materiales bibliográficos, sobre todo en las notas recopilatorias, con un criterio cronológico; del criterio alfabético me he servido tan sólo en aquellos casos en los que en un mismo año se realizaron varias aportaciones.

¹ J. López Linage, *Antropología de la ferocidad cotidiana: supervivencia y trabajo en una comunidad cántabra*, Madrid, Ministerio de Agricultura, 1978, p. 202. Un desarrollo de esta cuestión, en A. Hoyo Aparicio y R. Maruri Villanueva, “La teoría económica en el análisis histórico: una reflexión a propósito del estudio del consumo de textiles en una comunidad del norte de España en la transición a la sociedad liberal”, *Ayer. Revista de Historia Contemporánea*, 47 (2002), pp. 210-229, *passim*.

² Casos tengo documentados sobre integrantes de las élites sociales del Santander de finales del siglo XVIII que, ante la insuficiencia de la oferta local, recurrían a intermediarios profesionales, familiares o amigos para adquirir bienes en otras ciudades.

El tercero de los planos es que la decisión del campesino era ajena por completo también a lo ético; es decir, a lo que desde hacía muchos siglos movía a filósofos y a teólogos moralistas a ver en el consumo de bienes no estrictamente de necesidad un riesgo de apartamiento de lo que era “natural” en el ser humano: la austeridad, contraria al ansia de posesión de bienes materiales.

El cuarto de los planos remite a lo realmente determinante en la conducta del mencionado campesino, a lo sociológico, más concretamente a la escala de valores reguladora de la vida del pueblo de Baró –y, dicho sea de paso, reguladora de la vida social de la mayor parte de Cantabria, una “sociedad tradicional”, es decir comunitarista, a comienzos del siglo xx, dado su acusado ruralismo–. La renuncia del campesino a vestirse, digamos como los “notables” locales –renuncia a un vebleniano “emular”–, aun disponiendo de medios económicos, habla de lo que considero ser otra de las distancias al mercado, la psico-sociológica. Comprender esa renuncia precisa de una teoría de la acción y del sujeto, más concretamente de la tensión entre individuo y conjunto social: el deseo de vestir como esos notables lo frustraba, pues, no la capacidad económica del sujeto, sino la presión de la propia comunidad, regida por la moral que imponía el grupo y que la tradición sacralizaba; una presión encarnada en el mirar “así de lao”. Sobre el comportamiento del sujeto en el marco de la interacción social, iniciadores de la Sociología contemporánea, como eran F. Tönnies, É. Durkheim o G. Simmel, habían aportado ya conceptos clave sobre el individuo, la comunidad, la sociedad y lo simbólico.³ La actitud del campesino ejemplifica también el componente de irracionalidad que actúa en el individuo en la esfera económica –explicable en términos de “lógica de las esferas” en la teoría sociológica de Max Weber, que otorga autonomía a las lógicas que operan en la acción humana al desenvolverse en los diversos planos de la realidad social–.⁴

Por esto que haya economistas que abordan la historia del consumo integrando otras variables, además de las económicas. Al respecto, en la actualidad, el economista Guillermo De la Dehesa afirma:

Para el análisis de los factores determinantes del consumo ha habido una clara división del trabajo entre los economistas. Los macroeconomistas se han ocupado del consumo y el ahorro agregados y de sus determinantes, es decir, del análisis de la función del consumo, mientras

³ F. Tönnies, *Comunidad y sociedad*, Buenos Aires, Editorial Losada, 1947 (1ª ed. 1887); É. Durkheim, *La división del trabajo social*, Madrid, Akal, 1987 (1ª ed. 1893); dentro de la extensa nómina bibliográfica de Simmel, subrayaría, por lo que atañe a la cuestión mencionada, su *Filosofía del dinero*, Madrid, Instituto de Estudios Políticos, 1977 (1ª ed. 1907).

⁴ Cfr. M. Weber, *Ensayos sobre sociología de la religión*, Madrid, Taurus, 1983 (1ª ed. alemana, 1920), V. I, *passim*, preferentemente el capítulo I “La ética protestante y el espíritu del capitalismo”.

que los microeconomistas se han ocupado de su composición, del efecto de los precios en la demanda de consumo y del comportamiento individual del consumidor.⁵

Es en dicho comportamiento en donde reside lo nuclear de la dimensión social del consumo, se trate del consumidor en el mundo contemporáneo, que es al que se refiere el economista de la Dehesa, se trate del consumidor en la Edad Moderna. Proposición que pudiera muy bien extrapolarse a las palabras, ahora, del sociólogo Juan R. Cuadrado:

En realidad, la evolución del consumo de las familias a lo largo del tiempo responde a muchos más factores que el del simple crecimiento de la renta, aunque éste sigue siendo muy determinante. [...] Los cambios en términos de valores y estilo de vida constituyen, sin duda, uno de los elementos explicativos más destacados.⁶

De ahí que, en efecto, la historia social del consumo haya ido exigiendo paulatinamente al historiador incorporar a su análisis, en un irrenunciable ejercicio de interdiscipliniedad, en tanto que el consumo apela a múltiples campos de conocimiento, conceptos aportados y manejados por la Sociología, la Antropología, la Semiología y la Psicología —y hasta por la Psiquiatría, al menos por lo que atañe con preferencia al vestido del cuerpo—.⁷ Cubrir éste, en definitiva, es un acto, en tanto que individual y social, en el que confluyen múltiples variables; aunque esto, cierto es, bien puede aplicarse igualmente a la demanda y al consumo de otro tipo de bienes y servicios, si bien estos últimos tienen que ver ya más con la Edad Contemporánea. Ben Fine y Ellen Leopold, quizás los autores que, en el campo del pensamiento histórico, más densamente han estudiado el consumo, afirman:

The discipline of economics, for example, argues that consumption bestows utility; in sociology, it may well be status or social position; in psychology, it is a conditioned response to gain a level of wellbeing; in anthropology, it has been interpreted in terms of its symbolic role in ritual.⁸

⁵ G. de la Dehesa, “El consumo: importancia económica y factores determinantes”, *Revista de Occidente*, 162 (1994), p. 11 (Número monográfico *El consumo: perspectivas económicas y sociales*).

⁶ J. R. Cuadrado Roura, “Los españoles como consumidores de bienes, de servicios y de tiempo”, *Revista de Occidente*, número citado, pp. 27 y 29. Un ejemplo a contrario de esto, es decir, la contemplación del consumo desde una perspectiva inequívocamente economicista, es, por ejemplo, la monografía de E. Quiroz, *El consumo como problema histórico. Propuestas y debates entre Europa e Hispanoamérica*, México, Instituto Mora, 2006.

⁷ Dentro de la Psiquiatría, la más, digamos, “inusual” disciplina participante en el análisis del consumo, hay que subrayar las aportaciones que ya en la década de 1930 hiciera el psiquiatra británico John Carl Flügel en su ensayo *Psicología del vestido*, editado en castellano por primera vez por Paidós, Buenos Aires, 1964. Es bien significativo que el mencionado número monográfico de *Revista de Occidente* se deba a autores cuyas disciplinas son la Economía, la Sociología, la Filosofía y la Ética.

⁸ B. Fine y E. Leopold, *The World of Consumption*, Londres-Nueva York, Routledge, 1993, p. 3.

Concepto, pues, el de consumo, polisémico, al interesar, como objeto de conocimiento, a disciplinas varias. Sin embargo, considero pertinente precisar que una cosa es abordar el consumo desde la multidisciplinariedad –cada disciplina lo hace autónomamente respecto a las restantes– y otra desde la interdisciplinariedad, que demanda, como la Historia Social del Consumo, una mirada integradora de diversas disciplinas.

TIEMPO Y PROBLEMAS FUNDANTES DE LA HISTORIA SOCIAL DEL CONSUMO

Existe un consenso tácito entre los historiadores, ya sean sociales, ya económicos, en cuanto a que la publicación en 1982 de la monografía de N. McKendrick, J. Brewer y J. H. Plumb –historiadores cuyos ámbitos de estudio abarcaban lo económico, lo social, lo político y lo cultural– sobre el nacimiento de la sociedad de consumo en la Inglaterra del Setecientos marcó un acontecimiento-frontera historiográfico.⁹ En esta pionera monografía se contemplaba la historia del consumo desde la atalaya de la demanda, produciéndose, en palabras de Yun, “un giro que hacía de lo social, de la sociabilidad y, por tanto, de la cultura, un factor del desarrollo económico (y no una resultante, como se desprendía del marxismo vulgar y del economicismo liberal)”.¹⁰ Se trataba de un giro en la mirada del historiador, que desplazaba hacia la demanda el protagonismo en el proceso industrializador, motor del crecimiento económico moderno.

No era la primera vez que se hablaba de “Sociedad de consumo” referida a la Edad Moderna europea, puesto que ya lo había hecho poco antes J. Thirsk.¹¹ De lo que sí se hablaba por primera vez era de una cuestión que McKendrick formulaba al iniciar la introducción de la monografía: “There was a *consumer revolution* in eighteenth-century England. More men and women than ever before in human history enjoyed the experience of acquiring material possessions”.¹² En el conjunto de aportaciones de *The Birth of a*

⁹ N. McKendrick, J. Brewer y J. H. Plumb, *The Birth of a Consumer Society. Commercialization of Eighteenth-century England*, Londres, Hutchinson, 1982.

¹⁰ B. Yun Casalilla, “Prólogo”, en D. Muñoz Navarro (ed.), *Comprar, vender y consumir. Nuevas aportaciones a la historia del consumo en la España moderna*, València, Universitat de València, 2011, p. 10. Sugiero la lectura de este espléndido prólogo para un revelador conocimiento de lo que ha sido, es y debe ser la historia del consumo desde la perspectiva social, y de cómo ésta ha llegado a influir muy positivamente, incluso, en el análisis del consumo desde la perspectiva netamente económica.

¹¹ J. Thirsk, *Economic Policy and Projects: The Development of a Consumer Society in Early Modern Europe*, Oxford, Clarendon Press, 1978. Según este autor, dicha sociedad no iba asociada a la “revolución del consumo” del Setecientos, sino que la interpretaba como un proceso que arrancaba del siglo XVI y en el que establecía dos fases que denominó “constructiva” (1540-1580) y “escandalosa” (1580-1624).

¹² N. McKendrick, J. Brewer y J. H. Plumb, *The Birth...*, p. 1 (La cursiva es mía).

Consumer Society señalaría como la más medular la de un concepto, indisoluble de las palabras citadas de McKendrick y que realmente dota de especificidad a la monografía, como era el de “revolución del consumo”; un concepto bien pronto canónico, al tiempo que generalizado, en la historiografía occidental, como lo fuera en su día, para indicar las transformaciones en la estructura mercantil internacional del siglo XIII, el de “revolución comercial”, debido a Raymond de Roover. Considero que de esa monografía habría que subrayar también –pudiendo establecerse una correspondencia con lo que en su momento representó la *Nouvelle Histoire*– una cuestión no menor, como era la ampliación del repertorio de fuentes. En él tenía cabida todo lo que pudiera contribuir a dar respuesta a las cuestiones que planteaban McKendrick, Brewer y Plumb: correspondencia, periódicos, relatos, diarios y memorias personales, revistas ilustradas de moda, láminas y una amplia tratadística de temas conexos con el consumo. Se incorporaban también al repertorio heurístico, aunque con una presencia modesta, los inventarios de bienes, ya utilizados desde la década de 1970 por los historiadores del mundo rural. Luego vendría ya su utilización generalizada y masiva por los historiadores sociales del consumo, al ser los inventarios una fuente que permitía ser estudiada serial y cuantitativamente. No obstante, no faltarán voces que incidan en los problemas metodológicos que plantea su utilización, habiendo sido objeto ya de debates al respecto en la década de 1970, sobre todo por los historiadores de la economía agraria, pioneros en servir-se de ellos.¹³

Que prácticamente todo estaba por hacerse en la Historia Social del Consumo hasta la aparición de la monografía de McKendrick, Brewer y Plumb lo testimonia la relativa parquedad de trabajos de la que partían en su monografía, aunque en ellos se apuntaba ya hacia algunos de los proble-

¹³ Cfr. A. H. Jones (ed.), *American Colonial Wealth. Documents and Methods*, Nueva York, Arno Press, 1978, 3 vols.; B. Vogler (ed.), *Les actes notariés, source de l'histoire sociale, XVIe-XIXe siècle*, Estrasburgo, Istra, 1979. A partir de 1980 pueden consultarse, entre otros trabajos, A. H. Jones, *Wealth of a Nation to be. The American Colonies on the Eve of Revolution*, Nueva York, Columbia University Press, 1980; M^a S. Mazzi, “Gli inventari dei beni. Storia di oggetti e storia di uomini”, *Società e Storia*, 7 (1980), pp. 203-214; A. M. Van der Woude y A. Schuurman (eds.), *Probate Inventories. A New Source for the Historical Study of Wealth, Material Culture and Agricultural Development*, Utrecht, Hes & De Graft Publishers, 1980; M. Baulant, A. J. Schuurman y P. Servais, P. (eds.), *Inventaires après-décès et ventes de meubles. Apports à une histoire de la vie économique et quotidienne, XVIe-XIXe siècle*, Lovain-la-Neuve, Academia, 1988; J. Cornette, “La Révolution des objets. Le Paris des inventaires après décès (XVIIe-XVIIIe siècles)”, *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, 36-3(1989), pp. 476-486; E. Wahl, “Les groupes sociaux aisés à Versailles entre 1750 et 1789 au travers des actes notariés: Etude des sources, problèmes méthodologiques, perspectives d'étude”, en A. J. Schuurman y L. S. Walsh (eds.), *Material culture: consumption, lifestyle, standard of living, 1500-1900*, Milán, Università Bocconi, 1994, pp. 31-42; A. Bona, “Gli inventari ‘post mortem’ e le abitazioni dei veronesi”, en E. Demo (ed.), *Edilizia privata nella Verona rinascimentale*, Milano, Electa, 2000, pp. 170-185.

mas a los que habría que ir dando respuesta.¹⁴ Exceptuando lo publicado relativo a la España Moderna, a la que dedicaré el epígrafe posterior, el estado actual del conocimiento del consumo desde la perspectiva social se compendia en casi medio centenar de monografías, que toman su mayor impulso a partir de la década de 1990.¹⁵ Para nada es mi propósito, así lo

¹⁴ Me refiero, fundamentalmente, a F. J. Fisher, "The Development of London as a Centre of Conspicuous Consumption", *Trans. Roy. Hist. Soc.*, XXX (1948); H. Leibenstein, "Bandwagon, Snob, and Veblen Effects in the Theory of Consumers Demand", *Quarterly Journal of Economics*, LXIV (1950), pp. 183-207; C. W. y Ph. E. Cunningham, *Handbook of English Costume in the 16th Century*, Londres, Faber & Faber, 1954; C. W. y Ph. E. Cunningham, *British Costume of the Eighteenth Century*, Londres, Faber & Faber, 1960; D. E. Robinson, "The Styling and Transmission of Fashions Historically Considered", *Journal of Economic History*, 20 (1960); *Idem*, "The importance of Fashions in Taste of Business History", *Business History Review*, 37 (1963); A. Adburgam, *Shops and Shopping, 1800-1914*, Londres, Allen & Unwin, 1964; P. Mathias, *Retailing Revolution: A history of Multiple Retailing in the Food Trades*, Londres, Longmans, 1967; D. L. Moore, *Fashion through Fashion Plates, 1771-1971*, Londres, Ward Lock, 1971; G. Vichert, "The Theory of Conspicuous Consumption in the 18th Century", en P. Hughes y D. Williams (eds.), *The Varied Pattern. Studies in the 18th Century*, Toronto, McMaster University, 1971, pp. 253-276; E. L. Jones, "The Fashion Manipulators. Consumer Tastes and British Industries, 1660-1800", en L. P. Cain y P. J. Uselding (eds.), *Business Enterprise and Economic Change*, Kent, Kent State University Press, 1973, pp. 198-226; J. Thirsk, "The Fantastical Folly of Fashion: The English Stocking Knitting Industry, 1500-1700", en N. B. Harte y K. G. Ponting (eds.), *Textile History and Economic History. Essays in Honour of Miss Julia De Lacy Mann*, Manchester, Manchester University Press, 1973 (Véase también de J. Thirsk, *Economic Policy...*); N. McKendrick, "Home Demand and Economic Growth. A New View of the Role of Women and Children in the Industrial Revolution", en *Idem* (ed.), *Historical Perspectives. Studies in English Thought and Society*, Londres, Europa Publications Ltd., 1974; J. de Vries, "Peasant demand patterns and economic development: Friesland, 1550-1750", en N. Parker y E. L. Jones, *European Peasants and their Markets. Essays in Agrarian Economic History*, Princeton, Princeton University Press, 1975, pp. 205-266; J. Sekora, *Luxury: The concept in Western Thought, Eden to Smollett*, Baltimore y Londres, Johns Hopkins University Press, 1977.

¹⁵ La base de datos bibliográficos con la que he operado consta, incluyendo los relativos a España, de 627 referencias entre libros, capítulos de libros y artículos de revistas. Teniendo en cuenta que muchas de las monografías que citaré seguidamente son de autoría colectiva, ampliándose por tanto de manera muy considerable la nómina bibliográfica, creo poder proporcionar una solvente panorámica de los caminos trazados por los más emblemáticos especialistas en materia de consumo en la Edad Moderna: M. Spufford, *The Great Reclotting of Rural England. Petty Chapmen and their wares in the Seventeenth Century*, Londres, Hambledon Press, 1984; C. Campbell, *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*, Oxford, Blackwell, 1987; A. Appadurai (ed.), *The social life of things. Commodities in cultural perspective*, Nueva York, New School University, 1988; G. D. McCracken, *Culture and Consumption. New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities*, Bloomington, Indiana University Press, 1988; S. Schama, *The embarrassment of riches: An interpretation of Dutch culture in the Golden Age*, University of California Press, Berkeley, 1988; L. Weatherill, *Consumer Behaviour and Material Culture in Britain, 1660-1760*, Londres-Nueva York, Routledge, 1988; H.-Ch. y L. H. Mui, *Shops and Shopkeeping in Eighteenth-Century England*, Kinston, Montreal y Londres, McGill-Queen's University Press y Routledge, 1989; D. Roche, *La culture des apparences. Une histoire du vêtement*,

manifiesto, dar cuenta críticamente de tales monografías, pues de más está decir que semejante tarea trascendería con mucho el objetivo de mi estudio. Mi objetivo es trazar, en el sentido foucaultiano de “arqueología”, un

XVIIe-XVIIIe siècles, París, Fayard, 1989; G. S. Cross, *A Social History of Leisure since 1600*, Venture, State College, 1990; P. Malanima, *Il lusso dei contadini. Consumi e industrie nelle campagne toscane del sei e settecento*, Bolonia, Il Mulino, 1990; C. Shammass, *The Pre-Industrial Consumer in England and America*, Oxford, Clarendon Press, 1990; C. Clunas, *Superfluous Things. Material Culture and Social Status in Early Modern China*, Honolulu, University of Hawaii Press, 1991; H. Brewer y R. Porter (eds.), *Consumption and the World of Goods*, Londres y Nueva York, Routledge, 1993; B. Fine y E. Leopold, *The World of Consumption...*; Ch. Berry, *The idea of luxury. A conceptual and historical investigation*, Cambridge, Cambridge University Press, 1994; A. J. Schuurman y L. S. Walsh (eds.), *Material culture...*; A. Bermingham y J. Brewer (eds.), *The Consumption of Culture (1600-1800). Image, Object, Text*, Londres, Routledge, 1995; Ph. Perrot, *Le Luxe. Une richesse entre faste et confort. XVIIIe-XIXe siècle*, París, Eds. du Seuil, 1995; E. Kowaleski-Wallace, *Consuming Subjects. Women, Shopping, and Business in the Eighteenth Century*, Nueva York, Columbia University Press, 1996; G. Levi, “Comportements, ressources, procès: avant la ‘revolution’ de la consommation”, en J. P. Revel (dir.), *Jeux d’échelles. La micro-analyse à l’expérience*, París, Gallimard, 1996, pp. 187-207; R. Porter y M. M. Roberts (eds.), *Pleasure in the Eighteenth Century*, Londres, Macmillan, 1996; C. Sargentson, *Merchants and Luxury Markets. The Marchands Mercier of Eighteenth-Century Paris*, Londres, The Victoria & Albert, 1996; A. J. Schuurman y P. Spierenburg (eds.), *Private domain, public inquiry Families and lifestyles in the Netherlands and Europe, 1550 to the present*, Hilversum, Verloren, 1996; J. Brewer, *The Pleasures of the Imagination. English Culture in the Eighteenth Century*, Londres, Harper Collins, 1997; D. Roche, *Histoire des choses banales. Naissance de la consommation dans les sociétés traditionnelles (XVIIe-XIXe siècles)*, París, P.U.F., 1997; R. Fox y A. Turner (eds.), *Luxury Trades and Consumerism in Ancien Régime Paris. Studies in the History of the Skilled Workforce*, Oxford, Routledge, 1998; J. P. Lorente, *Cathedrals of Urban Modernity. The First Museums of Contemporary Art, 1800-1930*, Aldershot, Ashgate, 1998; M. Berg y H. Clifford, *Consumers and Luxury. Consumer Culture in Europe 1650-1850*, Manchester, Manchester University Press, 1999; G. Crossick y S. Jaumain (eds.), *Cathedrals of Consumption. The European Department Store, 1850-1939*, Aldershot, Ashgate, 1999; R. Sarti, *Vita di casa. Abitare, mangiare, vestire nell’Europa moderna*, Roma-Bari, Laterza, 1999; P. N. Stearns, *Consumerism in world history. The global transformation of desire*, Londres-Nueva York, Routledge, 2001; N. Prior, *Museums and modernity. Art galleries and the making of modern culture*, Oxford y Nueva York, Berg Publishers, 2002; W. D. Smith, *Consumption and the Making of Respectability. 1600-1800*, Nueva York, Routledge, 2002; M. Berg y E. Eger (eds.), *Luxury in the Eighteenth Century: Debates, Desires and Delectable Goods*, Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2003; J. Jones, *Sexing la mode. Gender, fashion and commercial culture in old regime France*, Oxford, Berg Publishers, 2004; R. C. Allen, T. Bengtsson y M. Dribe (eds.), *Living Standards in the Past. New perspectives on Well-being in Asia and Europe*, Oxford, Oxford University Press, 2005; M. Berg, *Luxury and Pleasure in Eighteenth-Century Britain*, Oxford, Oxford University Press, 2005; B. Blondé et alii (dirs.), *Retailers and consumer changes in Early Modern Europe. England, France, Italy and the Low Countries. Marchands et consommateurs: les mutations de l’Europe moderne. Angleterre, France, Italie, Pays-Bas*, Tours, Presses Universitaires François-Rabelais, 2005; J. E. DeJean, *The Essence of Style. How the French Invented High Fashion, Fine Food, Chic Cafés, Style, Sophistication, and Glamour*, Nueva York, Free Press, 2005; C. Edwards, *Turn-ing houses into homes. A history of the retailing and consumption of domestic furnishings*, Farnham, Ashgate, 2005; F. Trentmann (ed.), *The Making of the Consumer. Knowledge, Power and Identity in the*

itinerario de la Historia Social del Consumo desde sus orígenes hasta la actualidad. Partiré para esto del problema que ha venido ocupando su centralidad: el de la “revolución del consumo”.

McKendrick interpreta ésta a la luz de dos conceptos sustantivos en el pensamiento económico y social de Thorstein Veblen: el de “consumo conspicuo” u ostensible –lo que en los siglos modernos era tenido por “lujo”– y el de “emulación” o imitación; uno y otro denominados por algunos economistas “efecto Veblen”; según este autor:

La propiedad nació y llegó a ser una institución humana por motivos que no tienen relación con el mínimo de subsistencia [...] la posesión de riqueza gana en importancia y efecti-

Modern World, Oxford, Berg Publisher, 2005; E. S. Welch, *Shopping in the Renaissance: Consumer Cultures in Italy, 1400-1600*, New Haven, Yale University Press, 2005; R. Ago, *Il gusto delle cose. Una storia degli oggetti nella Roma del Seicento*, Roma, Donzelli Editore, 2006; J. Benson y L. Ugolini (eds.), *Cultures of Selling. Perspectives on Consumption and Society since 1700*, Aldershot, Ashgate, 2006; B. Blondé, P. Stabel, J. Stobart e I. Van Damme (eds.), *Buyers and Sellers. Retail circuits and practices in medieval and early modern Europe*, Turnhout (Belgium), Brepols Publishers, 2006; J. Styles y A. Vickery (eds.), *Gender, Taste, and Material Culture in Britain and North America, 1700-1830*, New Haven, Yale Center for British Art, 2006; J. Stobart, A. Hann y V. Morgan (eds.), *Spaces of Consumption: Leisure and Shopping in the English Town, c. 1680-1830*, Londres-Nueva York, Routledge, 2007; J. Styles, *The Dress of the People: Everyday fashion in eighteenth-century England*, Londres, Yale University Press, 2007; J. de Vries, *The Industrious Revolution. Consumer behavior and the household economy, 1650 to the present*, Nueva York, Cambridge University Press, 2008 (Desarrollo de su artículo “The Industrial Revolution and the Industrious Revolution”, *The Journal of Economic History*, 54-2 [1994], pp. 249-270); M. Norton, *Sacred gifts, Profane pleasures. A History of Tobacco and Chocolate in the Atlantic World*, Ithaca, Cornell University Press, 2008; D. Slater, *Consumer culture and modernity*, Cambridge, Polity Press, 2008; B. Blondé, N. Coquery, J. Stobart e I. Van Damme (eds.), *Fashioning Old and New. Changing Consumer Patterns in Europe (1650-1900)*, Turnhout (Belgium), Brepols Publishers, 2009; S. Pinkard, *A Revolution in Taste. The Rise of French Cuisine, 1650-1800*, Cambridge, Cambridge University Press, 2010; A. Clemente, *Il lusso “cattivo”. Dinamiche del consumo nella Napoli del Settecento*, Roma, Carocci editore, 2011; M. Carmagnani, *Las islas del lujo. Productos exóticos, nuevos consumos y cultura económica europea, 1650-1800*, México-Madrid, El Colegio de México-Marcial Pons, 2012; F. Trentmann (ed.), *The Oxford Handbook of the History of Consumption*, Oxford, Oxford University Press, 2012; V. Hyden-Hanscho, R. Pieper y W. Stangl (eds.), *Cultural Exchange and Consumption Patterns in the Age of Enlightenment: Europe and the Atlantic World, The Eighteenth Century And The Habsburg Monarchy International Series*, 6 (2013); M. Pérez García, *Vicarious Consumer. Trans-National Meetings between the West and East in the Mediterranean World (1730-1808)*, Farnham, Ashgate, 2013; J. Stobart y B. Blondé (eds.), *Selling Textiles in the Long Eighteenth Century. Comparative Perspectives from Western Europe*, Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2014; N. Marty y A. Escudero (eds.), *Consommateurs et consommation. XVIIe-XXIe siècle. Regards franco-espagnols*, Perpignan-Alicante, Presses Universitaires de Perpignan-Publicacions Universitat d’Alacant, 2015; G. Nigro (ed.), *Il commercio al minuto. Domanda e offerta tra economia formale e informale. Secc. XIII-XVIII / Retail Trade. Supply and demand in the formal and informal economy from the 13th to the 18th century*, Florencia, Firenze University Press, 2015.

vidad relativas como base consuetudinaria de reputación y estima [...]. Y lo que es más importante, la propiedad se convierte en la prueba más fácilmente demostrable de un grado de éxito honorable [...]. Se hace indispensable acumular, adquirir propiedad, con objeto de conservar el buen nombre personal [...] y conseguir así la estima y la envidia de los semejantes. El deseo de una mayor comodidad y seguridad frente a la necesidad [...] está afectado, a su vez, en gran medida por el hábito de emulación pecuniaria. En gran parte esta emulación modela los métodos y selecciona los objetos de gasto para la comodidad personal y la vida respetable [...]. Para ganar y conservar la estima de los hombres no basta con poseer riqueza y poder. La riqueza o el poder tienen que ser puestos de manifiesto, porque la estima sólo se otorga ante su evidencia [consumo conspicuo].¹⁶

Ostentación, emulación –cada grupo social aspira a imitar a su inmediato superior, lo que se conoce como “teoría del *trickle-down*”, fundamento de la “democratización del consumo”–, crecimiento generalizado de las rentas y, por tanto, del número de consumidores, desarrollo de la estructura mercantil y cambios en los gustos favorecidos por la moda y difundidos socialmente a través de la publicidad darían como resultado, es la tesis de McKendrick, la mayor propensión al consumo por parte de los ingleses desde, aproximadamente, mediados del siglo XVIII: “I have tried to show [...] how the manipulation of social emulation made men pursue ‘luxuries’ [las clases altas] where they had previously bought ‘decencies’ [las clases medias], and ‘decencies’ where they had previously bought only ‘necessities’ [las clases bajas]”.¹⁷

Como problema historiográfico, la “revolución del consumo” no tardaría mucho en generar debates e ir abriendo vías de investigación –o impulsando otras ya existentes–, dada la multiplicidad de variables confluyentes en el acto de consumir. Frente a la propuesta de una súbita “revolución del consumo” en la Inglaterra del siglo XVIII como vigoroso estimulante de la Revolución Industrial, se abogaba por la pertinencia de retrotraerla, cierto que manifestada de una manera gradual, no rupturista, hasta mediados de la centuria anterior e, incluso, hasta los inicios de la Edad Moderna.¹⁸

¹⁶ Th. Veblen, *Teoría de la clase ociosa*, México, Fondo de Cultura Económica, 1995 (1ª ed. inglesa, 1899), pp. 33-44 *passim*; véase un desarrollo de lo citado, en los capítulos “Emulación pecuniaria” y “Consumo ostensible”. No obstante, con frecuencia se olvida que ya antes que Veblen, en 1890, el francés Gabriel Tarde había publicado, también desde bases sociológicas y con un horizonte analítico más omnicompreensivo que el de Veblen, *Las leyes de la imitación* (he consultado la edición española de Daniel Jorro, Editor, Madrid, 1907).

¹⁷ N. McKendrick, J. Brewer y J. H. Plumb, *The Birth...*, p. 98. Aun con lo que de anacronismo pudiera haber en la utilización de los conceptos clases altas, medias y bajas, me sirvo de ellos por su expresividad.

¹⁸ En nota nº 11 hice referencia a la tesis de J. Thirsk sobre la formación de la “sociedad de consumo” como un proceso cuyas raíces había que situarlas en el siglo XVI. Un bajomedievalista ha propuesto, incluso, la Edad Media como el origen de los progresivos avances del consumo en los siglos modernos, Ch. Dyer, “La historia de los niveles de vida en Inglaterra, 1200-1800. Problemas y enfoques”, *Historia Agraria*, 16 (1998), pp. 101-117.

Al protagonismo del individuo, expresión de modernidad, en la toma en decisiones a la hora de consumir se respondía –conforme al modelo interpretativo de “revolución industriosa”, frente a “revolución industrial”, debido a Jan De Vries– con la necesidad de atender, ante todo, a las estrategias del grupo doméstico como unidad de consumo.¹⁹ En última instancia, se trataría de precisar, partiendo de cuestión tan antropológica como es la profunda pulsión del ser humano de desear objetos, qué movía a los consumidores a optar por unos o por otros, dado que su valor de uso, en ciertos casos, podía quedar subordinado a su valor simbólico, uno de los componentes de lo que Pierre Bourdieu denomina “Capital cultural”.²⁰

Conectaría esta cuestión con otra de las sustantivas de la “revolución del consumo”, cual es la del cambio en los gustos de los consumidores. Para McKendrick, al igual que para otros historiadores, la clave fue la aceleración del ritmo de la moda desde mediados del siglo XVIII. Otros, sin embargo, como es el caso de Colin Campbell, desplazaron el eje del cambio de lo estético a lo ético. Según él, existe un “Espíritu del consumismo moderno”, al igual que en otro tiempo hiciera Max Weber respecto al “Espíritu del capitalismo”, enraizado en la ética protestante, en concreto en la calvinista. En términos de patrones de consumo, la ética romántico-burguesa vendría a dar respuesta a la multiseccular ética aristocrática.

Y es que buena parte de los historiadores del consumo han venido tomando muy en cuenta las consideraciones morales en torno al lujo y a la moda, que ocuparon un amplio espacio en el pensamiento social del siglo XVIII, sobre todo en el de los filósofos de la Ilustración practicantes, en palabras de Paul Hazard, de una “razón agresiva”, que ponían en solfa conceptos y valores tradicionales. De entre esos historiadores, al menos de los que puedo dar testimonio, sobresalen Christopher Berry y John Sekora en cuanto a complejidad de planteamiento, interdisciplinariedad y perspectiva histórica aplicadas al análisis del lujo.²¹ Mas sus monografías tienen una dimensión eminentemente ensayística; de los estudios empíricos sobre el consumo de productos de lujo, aunque no sólo, habrían de ocuparse otros historiadores.

¹⁹ Un actualizado estado de la cuestión sobre la revolución industriosa, en K. Sugihara y R. Bin-Wong, “Industrious revolutions in early modern world history”, en J. H. Bentley, S. Subrahmanyam y M. E. Wiesner-Hanks (eds.), *The Cambridge World History, vol. VI. The construction of a Global World, 1400-1800 CE. Part 2. Patterns of Change*, Cambridge, Cambridge University Press, 2015, pp. 283-310.

²⁰ Cfr. P. Bourdieu, *Poder, derecho y clases sociales*, Bilbao, Desclée de Brouver, 2001, véase el Capítulo IV “Las formas del capital”, pp. 131-164. Sobre la cuestión del deseo de poseer objetos puede verse M. Douglas y B. Isherwood, *The World of Goods. Towards an Anthropology of Consumption*, Nueva York, Basic Books, 1979.

²¹ Mas no ha de olvidarse el nuevo punto de partida de un análisis complejo del lujo que representó la aparición del ensayo de W. Sombart, *Lujo y capitalismo*, Madrid, Alianza Editorial, 1979 (1ª ed. alemana, 1921).

De entre todos los productos, en la Historia Social del Consumo ocupó desde un principio un lugar preeminente la ropa: en primer lugar, por ser de consumo masivo; en segundo, por ir asociada históricamente a la mecanización del proceso industrializador; y, en tercero, por lo que de metáfora socio-económica había otorgado Th. Veblen al vestido:

[...] ninguna especie de consumo presenta un ejemplo mejor que el gasto realizado en materia de vestido [...]. Otros medios de poner en evidencia la situación pecuniaria del individuo sirven eficazmente a este fin; [...] pero el gasto en el vestir tiene sobre la mayor parte de los demás métodos la ventaja de que nuestro atavío está siempre de manifiesto y ofrece al observador una indicación de nuestra situación pecuniaria que puede apreciarse a primera vista. Es también cierto que el gasto admitido en materia de ostentación es una característica que se encuentra presente de modo más notorio y acaso universal en lo que se refiere al vestido que en ninguna otra especie de consumo.²²

No hay, en efecto, bien de consumo que haya sido motivo de análisis más multidisciplinariamente contemplado, desde los pioneros trabajos etnográficos, que la ropa de vestir, puesto que si los objetos pueden poseer una dimensión que los trasciende funcionalmente, es decir, hacerse meta-objeto, uno de los más emblemáticos son las prendas utilizadas en el vestido del cuerpo.²³

Y de la mano del vestido camina la moda. La nómina de autores y de obras que se han ocupado de ambas es bien dilatada, aunque, tal vez, D. Roche haya sido quien mejor haya sintetizado la densidad de contenidos que existe en la apariencia externa de un cuerpo: “Pour nous, une problématique renouvelée de l’histoire du vêtement est un moyen direct d’aller au coeur de l’histoire social”.²⁴ Para nada, pues, será preciso explicitar a qué

²² Th. Veblen, *Teoría...*, p. 173. El traje, según el sociólogo Erving Goffman, constituye “parte de la fachada personal”, *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Buenos Aires, Amorrortu Editores, 2001, p. 35 (1ª ed. inglesa, 1959).

²³ Sugiero dos elocuentes ejemplos de esto referidos al dormitorio: D. Roche, “Un lit pour deux”, *L’Histoire* (Número especial *L’amour et la sexualité*), 63 (1984), pp. 67-69; N. Elias, “La cortesía del lecho. Transformaciones en el uso del dormitorio”, *El espacio privado. Monografías de Arquitectura y Vivienda (A & V)*, 14 (1988), pp. 18-24. Otro ejemplo, éste referido al “salón” como espacio de sociabilidad y crítica ilustradas y no como un espacio físico equipado con objetos diversos, lo ofrece R. Chartier, “Prácticas de sociabilidad. Salones y espacio público en el siglo XVIII”, *Studia Historica. Historia Moderna*, 19 (1998), pp. 67-83.

²⁴ D. Roche, *La culture des apparences...*, p. 13. Dentro de la muy numerosa bibliografía existente en torno a planteamientos teóricos sobre la moda, pueden verse: J. C. Flügel, *Psicología del vestido...*; R. König, *Sociología de la moda*, A. Redondo, Barcelona, 1972; R. Barthes, *Sistema de la moda*, Barcelona, Gustavo Gili, 1978 (1ª ed. inglesa, 1967); U. Eco *et alii*, *Psicología del vestir*, Barcelona, Editorial Lumen, 1976; Y. Deslandres, *El traje, imagen del hombre*, Barcelona, Tusquets, 1985; N. Squicciarino, *El vestido habla. Consideraciones psico-sociológicas sobre la indumentaria*, Madrid, Cátedra, 1993; Sh. S. Takeda *et alii*, *Fashioning Fashion: European Dress in Detail, 1700-1915*, Nueva York, Prestel Publishing, 2000; P. Calefato, *El sentido del vestir*, Valencia, Instituto de Estudios de Moda y Comunicación,

se refiere cuando uno de los capítulos de su monografía a la que aludo lo titula “La hiérarchie des apparences”.²⁵

Esto para nada quita que los analistas del consumo fueron incorporando en sus estudios otros productos, reforzando la tesis de que en la génesis de la Revolución Industrial tuvieron que ver, y mucho, productos modestos adquiridos por un número cada vez mayor de consumidores; productos exponentes, en buena medida, del tránsito, en la terminología de McKendrick, de la “necesidad” a la “decencia”: comestibles, especias, cubiertos, platos, tazas, tijeras, hebillas, botones, cajitas para tabaco, bolsos, bisutería, etcétera. En materia del comercio de lujo, éste se expresaba con preferencia a través del vestido, la comida, la vivienda o el ocio: esmero en el diseño y confección de la ropa, que requería, además, las mejores telas; exquisitez de las vajillas y de las viandas; utilización de metales preciosos en todo tipo de objetos; diversidad formal del mobiliario, confeccionado con maderas nobles; pinturas y grabados, antigüedades, piel y dorados en las encuadernaciones, fiestas promovidas por quienes se movían en el entorno cortesano o por las élites sociales, frecuentación de los museos,²⁶ etcétera. En este comercio de lujo, el diseño comienza a ocupar un espacio como nunca antes.

Ineludiblemente, este dinamismo del mercado planteaba nuevos retos a la esfera de la comercialización. Las investigaciones en este campo permiten tipificar las modalidades de comercio y trazar el proceso de transformación. En primer lugar, una parte del comercio itinerante o buhonero, que habría de continuar vigente a lo largo del siglo XVIII y que tanto protagonismo le cabría en la difusión de los gustos urbanos por el medio rural, se haría estable bajo la modalidad de tienda minorista. En segundo lugar, en el taller-tienda del artesano la continuidad espacial se quiebra, surgiendo dos ámbitos claramente diferenciados: el taller, relegado a la parte posterior del local, y la tienda, buscándose un relativo aislamiento de los ruidos, de los olores y de la manipulación de los materiales. Y, en tercer lugar, emergen los establecimientos destinados a la venta de bienes de lujo, algunos prefiguradores ya de lo que en el siglo XIX, acompasando el cambio social, ha-

2002; J. Entwistle, *El cuerpo y la moda. Una visión sociológica*, Paidós, Barcelona, 2002; R. König, *La moda en el proceso de civilización*, Valencia, Instituto de Estudios de Moda y Comunicación, 2003; A. Lurie, *El lenguaje de la moda. Una interpretación de las formas de vestir*, Barcelona, Paidós Ibérica, 2013; G. Simmel, *Filosofía de la moda*, Madrid, Casimiro, 2014 (1ª ed. alemana, 1905).

²⁵ D. Roche, *La culture des apparences...*, pp. 87-117.

²⁶ Sobre manifestaciones del “consumo de cultura”, como son, por ejemplo, las visitas a los museos y a las salas de exposiciones pictóricas, no bien atendidas en estudios empíricos, pueden consultarse J. P. Lorente, *Cathedrals of Urban Modernity...*; N. Prior, *Museums and modernity...* También, desde el punto de vista de las relaciones entre visita de los museos y formación de una habermasiana “esfera pública” como espacio crítico, R. Chartier, *Espacio público, crítica y desacralización en el siglo XVIII. Los orígenes culturales de la Revolución francesa*, Barcelona, Gedisa Editorial, 1995, pp. 178-180.

brían de constituir los grandes almacenes, esas “Catedrales del consumo” de que hablan Geoffrey Crossick y Serge Jaumain.

Tras este itinerario de las transformaciones en la comercialización, en la que tiene cabida también el comercio de segunda mano, muy decantado hacia la ropa, late el crecimiento de las ciudades y la movilidad social ascendente dentro de ellas. Tales transformaciones, a su vez, incidirán en la morfología urbana, al configurar espacios de tiendas –*shopping streets*– con especialidades de productos, desde los de necesidad hasta los de lujo. E incidirán igualmente en la renovación de las técnicas mercantiles, entendidas reductivamente como *marketing*.

Que a semejante itinerario, que he trazado a partir de la información relativa al Londres del siglo XVIII, deban responder, como si de un paradigma se tratara, las realidades de otras ciudades europeas es cuestión a responder tras obligados ejercicios de historia comparada; e igualmente pudiera predicarse de los restantes componentes que conforman la “revolución del consumo”, como son la cronología, los productos, el crecimiento de las rentas, la expansión de las clases medias, la propensión al consumo por parte de estas clases y de las populares o los cambios en los gustos. Promover implícitamente tales ejercicios de comparatismo constituye otra de las notables aportaciones de *The Birth of a Consumer Society* a la Historia Social del Consumo. Y así ha sucedido, cierto es que con desigual intensidad analítica, a escalas territoriales que abarcan desde lo local hasta lo intercontinental. Aunque el caso inglés es el más estudiado, seguido del francés, hallamos estudios empíricos referidos a Alemania, Bélgica, Estados Unidos, Holanda, Hungría, Italia, Portugal o España, de la que me ocuparé en el epígrafe posterior. Pero también referidos a los mundos atlántico, mediterráneo y asiático en el marco de un nuevo paradigma analítico de relativamente reciente instauración, como es el de la historia “transnacional” o “global”, cuyo significado pospongo hasta el estudio del caso español, ya para concluir.

Abordo ahora, con lo que pondré fin a este epígrafe en el que me hallo, una cuestión de las interconexiones consumo-cultura. No me refiero tanto a dilucidar si el consumo es cultura, que lo es, entendiendo ésta en su sentido más omnicompreensivo, el antropológico, ni tampoco a la cultura como objeto de consumo, que también lo es. Me refiero a los conceptos “cultura del consumo” y “cultura material”.

El primero va muy estrechamente asociado al análisis de la sociedad estadounidense del siglo XIX, a la que se tiene por la que más tempranamente estructuró una cultura del consumo con la progresiva –hasta la masiva– incorporación al mercado de la clase trabajadora.²⁷ No obstante, y aquí habría

²⁷ Una sumaria visión al respecto: J.-Ch. Agnew, “Coming up for air: consumer culture in historical perspective”, en J. Brewer y R. Porter, *Consumption and the World...*, pp. 19-39 (véase, como ilustrativa guía bibliográfica sobre la sociedad de consumo en América, p. 35,

que volver a McKendrick, Brewer y Plumb, aunque no sólo a ellos, una temprana cultura del consumo se encuentra ya en el siglo XVIII, cuando no antes, como uno de los componentes de la modernidad.²⁸ Tal cultura implica tanto al vendedor –diríamos hoy “cultura empresarial”– a través de todo lo relacionado con la venta –estrategias de compra, establecimientos, oferta, técnicas de venta, formas de pago, etcétera– como al comprador –deseos, demanda, preferencias, comportamientos de género, etcétera–. En este contexto y desde una perspectiva inequívocamente feminista, reivindicadora de la mujer como protagonista en la conformación de la cultura del consumo en la Edad Moderna, se acuña la expresión “ir de compras”, en el sentido de actividad social y de componente sustantivo en la construcción de la imagen de la mujer como consumidora.²⁹

En cuanto a las conexiones entre consumo y “cultura material”, habría que precisar que el estudio de ésta fue previo, por lo que a objetivos se refiere, al de la Historia Social del Consumo, pues sus orígenes habría que situarlos en el siglo XIX, como Etnografía, al amparo del Positivismo metodológico. Luego ya, el paradigma historiográfico *annaliano* superará el taxonomismo descriptivista imperante entre los etnógrafos: en 1967, Fernand Braudel apelaba, orillando el estudio aislado de los objetos, al estudio “des hommes et des choses, des choses et des hommes”, con lo que abría un nuevo campo en el territorio de la Historia Social, el de “la vida material”.³⁰ Lo que él rotulaba como “Le superflu et l’ordinaire” daba cabida a la alimentación, al vestido y a la vivienda –continente y equipamiento–, que habrían de constituir *per se* objetos de conocimiento de la Historia de la cultura material. Mas, al interesar también tales campos a la Historia Social del Consumo, se configuraba un territorio en el que conflúan intereses comunes. El intento de establecer fronteras entre ambos territorios historiográficos resulta tan problemático que abogo por un abandono de la tarea. Ciertamente es que la cultura material generalmente se estudia referida a grupos, sean familiares o sociales, en tanto que el consumo tiene más de acto indi-

notas nº 9 y 13); A. Clemente, “Storiografie di confine? Consumo di beni durevoli e cultura del consumo nel XVIII secolo”, *Società e Storia*, 109 (2005), pp. 569-598. Una extensa y matizada reflexión sobre la conformación de la figura del “consumidor”, en F. Trentmann, “Knowing Consumers. Histories, Identities, Practices. An Introduction”, en *Idem* (ed.), *The Making of the Consumer...*, pp. 1-27.

²⁸ Cfr. M. Berg y H. Clifford (eds.), *Consumers and luxury...*; E. S. Welch, *Shopping in the Renaissance...*; D. Slater, *Consumer culture...*; J. Benson y L. Ugolini (eds.), *Cultures of Selling...*

²⁹ Cfr. E. Kowaleski-Wallace, *Consuming Subjects...*, *passim*; se sirve igualmente de tal sintagma, refiriéndose al siglo XVI, E. S. Welch, *Shopping in the Renaissance...*, *passim*.

³⁰ Cfr. F. Braudel, *Civilisation matérielle, économie et capitalisme, XVe-XVIIIe siècle. I. Les structures du quotidien: le possible et l’impossible*, París, Armand Colin, 1979 (1ª ed. francesa, 1967), p. 15.

vidual, aunque existe casuística que invalidaría semejante propuesta. Lo mismo pudiera decirse de la propuesta de circunscribir a la cultura material el ámbito de lo privado, y el consumo al de lo público. Porque, persiguiendo el historiador de la cultura material, y esto es así tanto en la historiografía francesa como en la anglosajona, conocer e interpretar el sentido de los objetos de la vida doméstica cotidiana, cualquier novedad o cambio que observe en ellos remitirá inexcusablemente al consumo. Dotar, por ejemplo, de determinados bienes una vivienda o redefinir el espacio de ésta mediante obras en pos de disponer de nuevos habitáculos –con funciones específicas, frente a la polivalencia y promiscuidad de las tradicionales “salas”– exigen consumir, bien sean muebles, menaje o ajuar, en el caso de la dotación de la casa, bien mano de obra y materiales, en el de la redefinición de sus espacios; en ambos casos, en definitiva, hay que acudir al mercado. Tomando en consideración que al analista del consumo desde la perspectiva social no le basta con testimoniar éste, sino que ha de dar cuenta de sus motivaciones mediante la prueba o la hipótesis, el hecho de consumir aporta ya luz al conocimiento de la cultura material del consumidor. Por acudir al ejemplo del que acabo de servirme, la adquisición de determinados muebles o la remodelación del espacio habitacional de una vivienda –una y otra actos de consumo– pueden ser indicadores óptimos de una búsqueda de racionalización, de privacidad, de sociabilidad o de confort, valores de la modernidad, al tiempo que indicadores del avance, en la conceptualización de Norbert Elias, del “proceso civilizatorio”.³¹ En última instancia, en el consumo opera el *homo oeconomicus*, al tiempo que el *homo psicologicus* –D. Roche estudia la cultura de las apariencias como un hecho que se mueve entre la economía y la moral–. Consumo y cultura material, pues, se hallan sólidamente articulados; la transversalidad de conceptos como *consumption*, *lyfe-style* y *standard of living*, por acudir a un lenguaje internacionalizado, creo lo avalan.³²

³¹ Cfr. N. Elias, *El proceso de la civilización. Investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas*, México, Fondo de Cultura Económica, 1987 (1ª ed. alemana, 1939); *Idem*, *La sociedad cortesana*, México, Fondo de Cultura Económica, 1982 (1ª ed. alemana, 1969).

³² Es bien significativo que cuando se publica la edición inglesa (2002) de la monografía de R. Sarti, *Vita di casa. Abitare, mangiare, vestire nell'Europa moderna* (1999), se haga con el título *Europe at Home. Family and material culture, 1500-1800*. De la, en el texto aludida, articulación del consumo y la cultura material son ilustrativos ejemplos, entre otros, las monografías de L. Weatherill, *Consumer Behaviour...*; P. Malanima, *Il lusso dei contadini...*; A. J. Schuurman y L. S. Walsh (eds.), *Material culture...*; A. Schuurman y P. Spierenburg (eds.), *Private domain...*; D. Roche, *Histoire des choses banales...* (Como Braudel, recurre al vocablo “cosa”); y, haciendo abstracción del territorio, C. Carson, R. Hoffman y P. J. Albert (eds.), *Of consuming interests. The style of life in the eighteenth century*, Charlottesville, United States Capitol Historical Society-University of Virginia Press, 1994.

LA HISTORIA SOCIAL DEL CONSUMO EN LA ESPAÑA MODERNA

Del mismo modo que 1983 y la monografía de McKendrick, Brewer y Plumb pueden considerarse el tiempo y las líneas temáticas fundantes de la formalización de la Historia Social del Consumo en el marco de la historiografía modernista internacional, el año 1999 y la publicación de *Consumo, condiciones de vida y comercialización*, dirigida por Jaume Torras y Bartolomé Yun, pueden ser los indicadores fundacionales de esa Historia por lo que a la España Moderna se refiere.³³ Hasta ese año, el análisis del consumo había tenido un tratamiento notablemente más sistemático en el ámbito de la Historia Económica que en el de la Historia Social.³⁴

Será en la década de 1980 cuando, a mi juicio, se atisbe algún indicio de lo social –no me refiero a las implicaciones sociales de, por ejemplo, las crisis de subsistencia– en la historiografía sobre el consumo en la España Moderna. En ese año y en 1984, la Universidad de Santiago de Compostela edita, coordinadas por Antonio Eiras, dos monografías en la línea de los primeros Coloquios que en la década anterior uno y otra habían promovido en torno a metodología y fuentes a aplicar en el análisis de problemas históricos, ocupando la centralidad de los debates el cuantitativismo serial como método y los protocolos notariales como fuente.³⁵ En esos Coloquios se hacía mención, en el mejor de los casos, de las posibilidades informativas de los protocolos para conocer, en el marco familiar, la alimentación, la indumentaria, el ajuar, el mobiliario y la ornamentación de la vivienda, las lecturas o el disfrute del ocio.³⁶ En las dos monografías de la década de 1980 se

³³ J. Torras y B. Yun (dirs.), *Consumo, condiciones de vida y comercialización. Cataluña y Castilla, siglos XVII-XIX* [Ávila], Consejería de Educación y Cultura de la Junta de Castilla y León, 1999.

³⁴ Incluso el único texto de carácter sociológico que he hallado aborda monográficamente la historia del consumo es del todo ajeno a la monografía de McKendrick, Brewer y Plumb, L. E. Alonso y F. Conde, *Historia del consumo en España: una aproximación a sus orígenes y primer desarrollo*, Madrid, Debate, 1994.

³⁵ A. Eiras Roel y colaboradores, *La historia social de Galicia en sus fuentes de protocolos*, Santiago de Compostela, Universidad de Santiago de Compostela, 1980; *Actas del II Coloquio de Metodología Histórica Aplicada. La Documentación Notarial y la Historia*, Santiago de Compostela, Universidad de Santiago de Compostela, 1984, 2 vols. Las publicaciones de los Coloquios de la década de 1970 a que me refiero fueron *Actas de las I Jornadas de metodología aplicada a las ciencias históricas. III. Historia Moderna*, Santiago de Compostela, Universidad de Santiago de Compostela, 1975, y *Las fuentes y los métodos. 15 trabajos de historia cuantitativa serial de Galicia*, Santiago de Compostela, Universidad de Santiago de Compostela, 1977.

³⁶ A modo de ejemplo, véanse: Y. Castan, “Documents judiciaires et privés de pratiques économiques de la société rurale”, y F. de Solano, “Abastecimiento de la ciudad hispanoamericana. Siglos XVI-XVIII. Orientaciones metodológicas”, en *Actas de las I Jornadas...*, pp. 223-224 y 841-857, respectivamente; A. Eiras Roel y R. Villares Paz, “Información serial de inven-

ampliaban considerablemente tanto las aportaciones temáticas como las fuentes notariales, aunque dentro de éstas continuaban sobresaliendo los inventarios *post mortem*. El conocimiento de los patrimonios familiares se enriquecía al aflorar plata labrada, joyas, cubiertos, tapicerías, tallas, pinturas, grabados, alfombras, crucifijos o rosarios. E igualmente se enriquecía el conocimiento de tales patrimonios desde el punto de vista de los sectores sociales que los poseían: nobleza titulada, hidalguía rural, clero, burguesía, artesanado y campesinado.³⁷

No obstante, las aportaciones de la Universidad de Santiago de Compostela tenían que ver más con la Historia de la cultura material que con la Historia Social del Consumo. Lo cual tiene que ver, a mi juicio, con el hecho de que a partir de la década de 1970, A. Eiras hizo de la Universidad de Santiago de Compostela el centro difusor de los planteamientos de la *Nouvelle Histoire* dentro del modernismo español. Tales planteamientos habían orientado la historiografía modernista francesa no hacia el estudio del consumo desde la perspectiva social, sino hacia el de los objetos –*les choses*, de Braudel, *les choses banales*, de Roche—³⁸ por su capacidad para iluminar aspectos de la vida privada familiar, un territorio historiográfico éste, al igual que el de las mentalidades, por el que los *annalistas* mostrarán una manifiesta preferencia.³⁹ Salvo algunas aportaciones en el campo del vestido y de la moda, entre las que reinan las de Daniel Roche,⁴⁰ poco más podría decirse de los historiadores modernistas franceses en cuanto a la Historia Social del Consumo. En este sentido, es de lo más elocuente que hayan sido los historiadores anglosajones quienes más han estudiado el caso francés.⁴¹

tarios *post mortem*: área compostelana, 1675-1700”, en *Las fuentes y los métodos...*, pp. 93-112.

³⁷ Pueden consultarse las aportaciones de H. Rodríguez Ferreiro, B. Barreiro Mallón y A. Eiras Roel, en A. Eiras Roel y colaboradores, *La Historia Social...*, *passim*; y las de P. Ponsot, A. Eiras Roel, E. Martínez Rodríguez, Á. Rodríguez Sánchez, C. Larquíe y J. Jacquart, P. Molas, B. Bennassar y L. C. Álvarez Santaló, en *Actas del II Coloquio...*, *passim*.

³⁸ Cfr. F. Braudel, *Civilisation matérielle...* y D. Roche, *Histoire des choses banales...*. Aunque ha tenido más fortuna el vocablo “*choses*”, también la historiografía anglosajona ha tomado en consideración el estudio de “*things*”, “*objects*”; si Roche habla de “*choses banales*”, Clunas lo hace de “*Superfluous things*”.

³⁹ Una obra canónica al respecto es la dirigida por Ph. Ariès y G. Duby, *Histoire de la vie privée*, París, Éditions du Seuil, 1985-1987, 5 vols., correspondiendo el t. 3 a los siglos modernos (Ed. española, Taurus, 1987-1989).

⁴⁰ Cfr. D. Roche, *La culture des apparences...*

⁴¹ Cfr. C. Fairchild, “The production and marketing of populuxe goods in eighteenth-century Paris”, en J. Brewer y R. Porter (eds.), *Consumption and the World...*, pp. 228-248; C. Fairchild y M. Forrester, “Determinants of consumption patterns in eighteenth-century France”, en A. J. Schuurman y L. S. Walsh, Lorena S. (eds.), *Material culture...*; F. Foulkes, “Quality always distinguishes itself”: Louis Hippolyte LeRoy and the luxury clothing industry in early nineteenth-century Paris”, en M. Berg y H. Clifford (eds.), *Consumers and luxury...*, pp. 183-205; R. Fox y A. Turner, *Luxury Trades...*; C. Jones y R. Spang, “Sans-culottes,

Volviendo a España, al margen de lo ya comentado sobre las aportaciones realizadas desde la Universidad de Santiago de Compostela, e incorporando las habidas hasta 1998, año previo a la aparición de *Consumo, condiciones de vida y comercialización*, el balance de lo publicado es considerablemente más favorable a la Historia de la cultura material que a la Historia Social del Consumo. Los avances en el conocimiento de esta última son parciales y, en ocasiones, tangenciales en materia de fuentes, comercialización, moda y consumo de ciertos productos.⁴² Realmente, de las aportaciones que, partiendo

sans café, sans tabac: shifting realms of necessity and luxury in eighteenth-century France”, en M. Berg y H. Clifford (eds.), *Consumers and luxury...*, pp. 37-62; J. N. Jones, *Sexing la mode...*; C. Sargentson, *Merchants and Luxury Markets...* Algunos ejemplos de la opción de los historiadores franceses por la cultura material son D. Roche, “Inventaires après décès parisiens et culture matérielle au XVIIIe siècle”, en B. Vogler (ed.), *Les actes notariés...*, pp. 231-240; A. Poitrineau, “Niveaux de vie et de fortune d’après les minutes notariales, le cas des ruraux auvergnats”, en *Actas del II Coloquio de Metodología...*, V. I, pp. 269-284; A. Pardailhé-Galabrun, *La naissance de l’intime, 3000 foyers parisiens, XVII-XVIII siècles*, París, Presses Universitaires de France, 1988; J. Cornette, “La Révolution des objets...”; B. Garnot, “La culture matérielle dans les villes françaises au XVIIIe siècle”, en A. J. Schuurman y L. S. Walsh (eds.), *Material culture...*, pp. 21-30; D. Poulot, “Une nouvelle Histoire de la culture matérielle?”, *Revue d’Histoire Moderne et Contemporaine*, 44-2 (1997), pp. 344-357; Ch. Dousset, “Entre tradition et modernité: les intérieurs toulousains au XVIIIe siècle”, G. Dunié-Mérigot, “La spécificité du cadre de vie de la noblesse landaise à la fin du XVIIIe siècle”, M. Favreau, “Le palais de Monseigneur: approche de la gastronomie et de l’art de la table à Bordeaux sous le règne de Louis XIV”, V. Lafage, “Le gîte, le couvert et l’habit: aspects de la culture matérielle à Montpellier dans le premier tiers du XVIIe siècle” y Ph. Meyzie, “À la table des élites bordelaises du XVIIIe siècle”, *Annales du Midi*, 241 (2003), *passim*; I. Paresys, “Corps, apparences et identités en France à la Renaissance” y “Apparences vestimentaires en France à l’époque moderne: avant-propos”, *Apparence(s). Histoire et culture du paraître*, 4 (2012), pp. 1-43 (la creación de esta revista, en soporte electrónico, manifiesta el peso que la historiografía modernista francesa concede al vestido del cuerpo humano en el análisis de la cultura material).

⁴² Las referencias bibliográficas que siguen tienen un carácter meramente orientativo y las presento agrupadas por temas. a) Fuentes: L. Castañeda Peirón, “Ensayo metodológico sobre los inventarios *post mortem* en el análisis de los niveles de vida material: el ejemplo de Barcelona entre 1790-1794”, en *Primer Congrés d’Història de Catalunya. Universitat de Barcelona*, Barcelona, Universitat de Barcelona, 1984, V. I, pp. 757-769; X. Lencina Pérez, “cultura material i economia a través dels inventaris *post mortem*. El cas de Barcelona al segle XVII”, en *Congrés d’història de Barcelona. La ciutat i el seu territori, dos mil anys d’història*, Barcelona, Ajuntament de Barcelona, 1993, pp. 339-346; N. Figueras Capdevila, J. M. T. Grau Pujol y R. Puig Tàrrach, “La possessió de llibres a través dels inventaris *post mortem*. Un mostreig (s. XVIII)”, *Annals de l’Institut d’Estudis Gironins*, XXXIV (1994), pp. 129-160; R. Porres (dir.), *Aproximación metodológica a los protocolos notariales de Álava*, Bilbao, Universidad del País Vasco, 1996; X. Lencina Pérez, “Espais i objectes quotidians. Els inventaris *post mortem* catalans en el context europeu”, en *Catalunya i Europa a l’Edat Moderna. Actes del IV Congrés d’Història Moderna de Catalunya*, Barcelona, Universitat de Barcelona, 1998, pp. 303-310; *Idem*, “Els inventaris *post mortem* com a font per l’estudi de l’alimentació. Inventaris barcelonins del període 1597-1604”, *Estudis d’Història Agrària*, 12 (1998), pp. 207-221. b) Comercialización: P. Molas, “El comerç de teixits en la societat estamental”, *Estudios Históricos de los Archivos de Protocolos*, 5 (1977), pp. 161-197;

de los planteamientos teóricos de McKendrick, Brewer y Plumb y de otros historiadores de referencia en materia de Historia Social del Consumo, buscan dar respuesta a problemas atendidos al caso español merecen destacarse tan sólo dos: la de B. Yun y la de J. Cruz, participantes en 1994 en el *Eleventh International Economic History Congress*, cuyas ponencias fueron edi-

J. I. Gómez Zorraquino, "Aportación al estudio de las compañías mercantiles en el siglo XVI: las compañías de trapería y ropa de calcetería y la tenencia de botiga de paños", *Estudios* (1980-1981), pp. 105-122; B. Yun Casalilla, "Ferias y mercados: indicadores y coyuntura comercial en la vertiente norte del Duero. Siglos XVI-XVIII", *Investigaciones Históricas*, 4 (1983), pp. 51-82; J. I. Gómez Zorraquino, "El comercio de tejidos: la botiga y las compañías mercantiles", *Estudios* (1985-1986), pp. 105-122; D. Peribáñez Caveda, "Mercados y ferias en la Asturias preindustrial, 1750-1850", *Boletín del Instituto de Estudios Asturianos*, XLII-128 (1988), pp. 859-873; X. Carmona Badía, "Merceros de Castilla: estacionalidad agrícola y desplazamientos estacionales en la España cantábrica", en L. V. García Merino y otros, *Los espacios rurales cantábricos y su evolución*, Santander, Universidad de Cantabria-Asamblea Regional de Cantabria, 1990, pp. 32-43; H. Casado Alonso, "Crecimiento económico y redes de comercio interior en la Castilla septentrional", en J. I. Fortea Pérez (ed.), *Imágenes de la diversidad. El mundo urbano en la Corona de Castilla (ss. XVII-XVIII)*, Santander, Universidad de Cantabria-Asamblea Regional de Cantabria, 1997, pp. 283-322; M^a J. Pérez Álvarez, *Ferias y mercados en la provincia de León durante la Edad Moderna*, León, Universidad de León, 1998. c) Moda: A. Rodríguez, *Colección General de los Trages que en la actualidad se usan en España principiada en el año 1801*, Madrid, Visor, 1982 (edición de Valeriano Bozal); J. Muñoz Pérez, "Comerciantes, peluqueros y modistas en el Cádiz de 1778", *Gades*, 14 (1986), pp. 253-256; A. Romero Ferrer, "La apariencia y la cultura como formas de inversión de capital en la sociedad gaditana del siglo XVIII", en *Actas del I Congreso Internacional sobre "Carlos III y la Ilustración"*, Madrid, Ministerio de Cultura, 1989-1990, t. III, pp. 397-416; J. Terrón González, *Léxico de cosméticos y afeites en el Siglo de Oro*, Cáceres, Univ. Extremadura, 1990; A. Leira Sánchez, "El vestido femenino y el Despotismo Ilustrado. El Proyecto de un traje nacional", en *Conferencia Internacional de Colecciones y Museos de Indumentaria*, Madrid, Dirección General de Bellas Artes y Archivos, Madrid, 1993, pp. 237-241; C. Herrán Rodríguez, "Moda y tradición en tiempos de Goya", en *Vida cotidiana en tiempos de Goya*, Madrid, Ministerio de Educación y Cultura, 1996, pp. 73-86; A. Leira Sánchez, "El vestido en tiempos de Goya", *Anales del Museo Nacional de Antropología*, 4 (1997), pp. 157-188; M. Bandrés Oto, *El vestido y la moda*, Barcelona, Larousse, 1998. d) Cultura material: M^a Á. Hernández Bermejo, "La alimentación de los privilegiados: la familia Carvajal a finales del siglo XVIII", *Norba. Revista de Historia*, 5 (1984), pp. 179-189; J. García París, *Intercambio y difusión de plantas de consumo entre el Nuevo y el Viejo Mundo*, Madrid, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 1991; J. M. Bartolomé Bartolomé, "Niveles de riqueza y condiciones de vida del artesanado palentino en la Puebla en la primera mitad del siglo XVIII", *Investigaciones Históricas*, 16 (1996), pp. 29-40; M^a Á. Pérez Samper, "La mesa del rey: imagen y símbolo de poder", en *El poder real de la Corona de Aragón (siglos XIV-XVI)*, *Actas del XV Congreso de historia de la Corona de Aragón*, Zaragoza, Gobierno de Aragón, 1996, V. 3, pp. 433-450; *Idem*, "Los recetarios de mujeres y para mujeres: sobre la conservación y transmisión de los saberes domésticos en la época moderna", en *Cuadernos de Historia Moderna*, 17 (1997), pp. 121-156; M^a C. Simón Palmer, *La cocina de Palacio, 1561-1931*, Madrid, Castalia, 1997; M^a Ángeles Pérez Samper, "La alimentación en la España del Siglo de Oro", en D. Hernández de Maceras, *Libro del arte de cocina* (eds.), La Val de Onsera, Huesca, 1998; *Idem*, "Cataluña y Europa a la mesa. Las recíprocas influencias en los modelos alimentarios de la Época Moderna", *Pedralbes. Revista d'història moderna*, 18-1 (1998), pp. 251-272.

tadas bajo la coordinación de A. J. Schuurman y L. S. Walsh.⁴³ Hasta finales de la década de 1990 serán el citado Yun, Máximo García, Jaume Torras, Assumpta Musset y Lúdia Torra quienes aborden algunos de los problemas planteados por la historiografía anglosajona en la Historia Social del Consumo.⁴⁴

Llegamos así a 1999, año de edición de *Consumo, condiciones de vida y comercialización*, como dije, la monografía considerada formalizadora de los estudios de Historia Social del Consumo en la España Moderna. Sus directores, J. Torras y B. Yun, habrían de marcar en adelante el rumbo de tales estudios a investigadores articulados inicialmente en torno a ellos en dos grupos constituidos, respectivamente, en las universidades de Barcelona y de Valladolid.⁴⁵

En 2003, Enrique Llopis, J. Torras y B. Yun coordinaban una nueva monografía, en este caso dedicada al consumo en la España pre-industrial, en la que participaban también investigadores de los mencionados grupos de Barcelona y Valladolid.⁴⁶

⁴³ Cfr. B. Yun, "Peasant material culture in Castile (1750-1900). Some proposals" y J. Cruz, "Élites, merchants, and consumption in Madrid at the end of the Old Regime", en A. J. Schuurman y L. S. Walsh (eds.), *Material culture...*, pp. 125-136 y 137-146, respectivamente.

⁴⁴ Cfr. B. Yun, "Perspectivas para la investigación en historia económica y social de Palencia: una visión desde el consumo y las redes de comercialización", en M^a V. Calleja González (coord.), *Actas del III Congreso de Historia de Palencia*, Palencia, Diputación Provincial de Palencia, 1995, pp. 51-70; J. Torras Elías, "Redes comerciales y auge textil en la España del siglo XVIII", en M. Berg (ed.), *Mercados y manufacturas en Europa*, Barcelona, Crítica, 1995, pp. 111-132; M. García y B. Yun, "Pautas de consumo, estilos de vida y cambio político en las ciudades castellanas a fines del Antiguo Régimen (sobre algunas teorías del crecimiento económico desde la perspectiva de la demanda)", en J. I. Fortea Pérez (ed.), *Imágenes de la diversidad...*, pp. 245-282 (el trabajo de García y Yun se enmarcaba en un proyecto DGICYT a cargo del Equipo de Investigación *Demanda y Mercado en Castilla (Poder adquisitivo; niveles de vida; pautas de consumo; comercialización, 1750-1914)*; A. Musset i Pons, *Catalunya i el mercat espanyol al segle XVIII: els traginers i els negociants de Calaf i Copons*, Barcelona, Publicacions de l'Abadia de Montserrat-Ajuntament d'Igualada, 1997; L. Torra Fernández, "Comercialización y consumo de tejidos en Cataluña (1650-1800)", *Revista de Historia Industrial*, 11 (1997), pp. 177-196; *Idem*, "Comercio, difusión y consumo de tejidos de importación en Cataluña durante el siglo XVIII", *Pedralbes. Revista d'història moderna*, 18-1 (1998), pp. 73-82; B. Yun, "Valladolid en Castilla. Economía y consumo", en *Valladolid. Historia de una ciudad. Actas del Congreso Internacional de Historia de Valladolid*, Valladolid, Universidad de Valladolid-Ayuntamiento de Valladolid, 1999, V. II, pp. 457-490. En 1996 se celebró en Barcelona un Congreso sobre el protagonismo de los catalanes en la formación de un complejo entramado distribuidor en España a partir del Setecientos y cuyas aportaciones se recogen en M^a T. Pérez Picazo, A. Segura y Mas y Ll. Ferrer y Alòs (eds.), *Els catalans a Espanya, 1760-1914*, Barcelona, Universitat de Barcelona-Generalitat de Catalunya, 1996.

⁴⁵ Los integrantes de ambos grupos, así como los colaboradores invitados a participar en los correspondientes Proyectos DGICYT, se detallan en J. Torras y B. Yun (dirs.), *Consumo, condiciones de vida...*, p. 7, nota n^o 1.

⁴⁶ E. Llopis, J. Torras y B. Yun (eds.), *El consumo en la España Pre-Industrial*, Número extraordinario de *Revista de Historia Económica*, XXI (2003).

En 2011 ve la luz una nueva monografía, la coordinada por Daniel Muñoz Navarro, en la que el consumo en la España Moderna ocupa igualmente la centralidad.⁴⁷

Estas tres monografías son las únicas dedicadas hasta el momento a la Historia Social del Consumo, y los trabajos que las integran pueden muy bien servir de retablo de lo que se aportaba. En primer lugar, reflexiones teóricas en torno a conceptos clave en el análisis del consumo, así como en materia de fuentes y de metodología.⁴⁸ En segundo lugar, que los bienes de consumo que más investigaciones acaparaban eran, al igual que lo sucedido en otras naciones, los textiles, dada su capacidad de indicar permanencias y cambios en diversos planos de la realidad social.⁴⁹ Además, del interés por

⁴⁷ D. Muñoz Navarro (ed.), *Comprar, vender y consumir. Nuevas aportaciones a la historia del consumo en la España moderna*, Valencia, Universidad de Valencia, 2011. Esta monografía recoge las ponencias de “Consumo, condiciones de vida y comercialización (una década después). Nuevos planteamientos de la Historia del Consumo en la España Moderna”, una de las sesiones paralelas de la *XI Reunión Científica de la Fundación Española de Historia Moderna* (Granada, julio de 2010), coordinada por el propio Muñoz Navarro.

⁴⁸ B. Yun Casalilla, “La historia económica por el lado de la demanda y el consumo: unas reflexiones generales”, *Idem*, “Inventarios *post mortem*, consumo y niveles de vida del campesinado del Antiguo Régimen. Problemas metodológicos a la luz de la investigación internacional”, X. Lencina Pérez, “Los inventarios *post mortem* en el estudio de la cultura material y el consumo. Propuesta metodológica. Barcelona, siglo XVII”, R. Domínguez Martín, “El índice físico de calidad de vida en España: Evolución de las disparidades espaciales, 1860-1910”, P. Zarzosa Espina, “Retribuciones, poder adquisitivo y bienestar material de las clases populares. España y Castilla en la segunda mitad del siglo XX”, R. Serrano García, “Los salarios reales en Valladolid, 1760-1875: resultados e interrogantes”, A. Hoyo Aparicio, “Gestión comercial, precios y crisis de subsistencias” y R. Barquín Gil, “El comercio de la harina entre Castilla y Santander y la crisis de subsistencias de 1856/57”, en J. Torras y B. Yun (dirs.), *Consumo, condiciones de vida..., passim*; J. Torras Elías y B. Yun Casalilla, “Historia del consumo e historia del crecimiento. El consumo de tejidos en España, 1700-1850”, A. Hoyo Aparicio, “El tránsito al crecimiento económico moderno desde la perspectiva del consumo privado de bienes duraderos: Guía para un debate” y B. Moreno Claverías, “Pautas de consumo y diferenciación social en el Penedés a fines del siglo XVII. Una propuesta metodológica a partir de inventarios sin valoraciones monetarias”, en E. Llopis, J. Torras y B. Yun (eds.), *El consumo en la España..., passim*; B. Yun Casalilla, “Prólogo”; D. Muñoz Navarro, “Introducción”; F. C. Ramos Palencia, “Notas metodológicas sobre la utilización de los inventarios *post mortem*: Clasificación de bienes de consumo, bases de datos e impacto de créditos y deudas, 1700-1850” y M. García Fernández, “Tutorías y cuentas de gastos de los menores: consumos juveniles diferenciados en la Castilla de Antiguo Régimen”, en D. Muñoz Navarro (ed.), *Comprar, vender..., passim*.

⁴⁹ J. Torras, M. Durán y L. Torra, “El ajuar de la novia. El consumo de tejidos en los contratos matrimoniales de una localidad catalana, 1600-1800”, L. Torra Fernández, “Pautas del consumo textil en la Cataluña del siglo XVIII. Una visión a partir de los inventarios *post mortem*” y R. Maruri Villanueva, “Vestir el cuerpo, vestir la casa. El consumo de textiles en la burguesía mercantil de Santander, 1750-1850”, en J. Torras y B. Yun (dirs.), *Consumo, condiciones de vida..., passim*; J. Torras Elías y B. Yun Casalilla, “Historia del consumo...”, M. Durán Pujol, “Oferta y consumo de tejidos en Cataluña en la segunda mitad del siglo XVII”, L. Torra Fernández, “Las *botigues de teles* de Barcelona. Aportación al estudio de la oferta

los textiles como objeto de conocimiento hablan también los trabajos que los contemplaban como componentes del patrimonio familiar, es decir como expresión de la cultura material y, en consecuencia, de los niveles y del estilo de vida.⁵⁰ A su vez, de los productos textiles se subrayaba, del mismo modo que de los denominados “productos exóticos”, su potencial articulador de mercados intercontinentales.⁵¹ Y, en tercer lugar, otra de las líneas de investigación atendidas en las tres monografías a las que me vengo refiriendo era la de la comercialización: red mercantil y tipología, dotación y equipamiento del comercio estable y modalidades de pago, valiosos indicadores del nivel de desarrollo de la “cultura del consumo”.⁵²

de tejidos y del crédito al consumo (1650-1800)”, A. Hoyo Aparicio y R. Maruri Villanueva, “Pautas de consumo textil en una sociedad rural: Liébana (Cantabria), 1700-1860” y F. C. Ramos Palencia, “La demanda de textiles de las familias castellanas a finales del Antiguo Régimen, 1750-1850: ¿Aumento del consumo sin industrialización?”, en E. Llopis, J. Torras y B. Yun (eds.), *El consumo en la España..., passim*; J. L. Gasch Tomás, “Textiles asiáticos de importación en el mundo hispánico, c. 1600. Notas para la historia del consumo a la luz de la nueva historia trans-‘nacional’”, A. Bibiloni Amengual, “Cambios en el consumo textil en la España del siglo XVIII: el auge del lino y el algodón”, L. M. Rosado Calatayud, “El vestido y el ajuar doméstico: Evolución de las pautas de consumo del textil en el medio rural valenciano a lo largo del siglo XVIII” y M^a Cantos Fagoaga, “En los márgenes de la ciudad: indumentaria y consumo en l’Horta de València. Torrent en el siglo XVIII”, en D. Muñoz Navarro (ed.), *Comprar, vender..., passim* (la incorporación de M^a Cantos al grupo de investigadores de Valencia se debió inicialmente a la profesora de esta Universidad Mónica Bolufer Peruga). Una evidencia más de la importancia que adquirieron los textiles dentro de la Historia Social del Consumo es haber dado lugar al texto de R. M^a Dávila Corona, M. Durán Pujol y M. García Fernández, *Diccionario histórico de telas y tejidos: castellano-catalán*, Salamanca, Junta de Castilla y León, 2004.

⁵⁰ B. Moreno Claverías, “La burguesía local de las letras y los negocios a través de los inventarios *post mortem*. El Penedés del siglo XVIII”, F. C. Ramos Palencia, “Una primera aproximación al consumo en el mundo rural castellano a través de los inventarios *post mortem*: Palencia, 1750-1840” y M. García Fernández, “Los bienes dotales en la ciudad de Valladolid, 1700-1850. El ajuar doméstico y la evolución el consumo y la demanda”, en J. Torras y B. Yun (dirs.), *Consumo, condiciones de vida..., passim*; J. Cruz, “La construcción de una nueva identidad liberal en el Madrid del XIX: El papel de la cultura material del hogar”, en E. Llopis, J. Torras y B. Yun (eds.), *El consumo en la España..., passim*; M. García Fernández, “Tutorías y cuentas...” y J. M. Bartolomé Bartolomé, “La relevancia de la profesión: Contrastes patrimoniales, condiciones de vida y pautas de consumo de la burguesía en una ciudad del interior peninsular: León (1700-1850)”, en D. Muñoz Navarro (ed.), *Comprar, vender..., passim*.

⁵¹ Véanse notas n^o 60 y 61.

⁵² L. Fontaine, “Redes de buhoneros (vendedores ambulantes) y desarrollo del consumo en Europa durante los siglos XVII y XVIII”, A. Muset i Pons, “Ferias y mercados al servicio del negocio catalán (siglo XVIII)”, J. Cruz y J. C. Sola Corbacho, “El mercado madrileño y la industrialización en España durante los siglos XVIII-XIX”, R. M^a Dávila Corona, “Transformación y permanencia del comercio minorista vallisoletano, 1750-1870” y E. Deu Baigual, “La comercialización de tejidos catalanes en Castilla-León y Cantabria, 1870-1914”, en J. Torras y B. Yun (dirs.), *Consumo, condiciones de vida..., passim*; L. Torra Fernández, “Las botigues de teles...”; A. Carreras y L. Torra, *Història Econòmica de les Fires a Catalunya*, Barcelona, Generalitat de Catalunya, 2004; R. Maruri Villanueva, “El consumo de productos textiles en

Cronológicamente, los siglos XVIII y XIX, como no podía ser de otra manera tratándose de tres monografías cuyos trabajos de investigación tenían por objeto evaluar en qué medida y cuándo podía hablarse en España de “revolución del consumo”, eran con mucho los que más atención merecían.⁵³

Respecto a los ámbitos territoriales observados en dichos trabajos, se hallan representadas todas las escalas, desde la local hasta la continental, así como los mundos rural y urbano, teniendo este último un mayor protagonismo. Concretando más, las ciudades de Barcelona, Valladolid, Palencia, León, Santander, Madrid y Valencia, a la vez que localidades de algunas de estas provincias, aportaban lo sustancial de las conclusiones. Lo cual responde, exceptuando León, Madrid y Valencia, a las bases territoriales a estudiar en los Proyectos que, dirigidos por J. Torras –Barcelona– y B. Yun –Valladolid, desde donde se promovieron los estudios sobre Palencia y Cantabria– pusieron en marcha la investigación sistemática de la Historia Social del Consumo en la España Moderna. Los casos de León y de Valencia hay que enmarcarlos, lo que haré seguidamente, en lo que ha sido la historia de esa Historia a raíz de la aparición, en 1999, de *Consumo, condiciones de vida y comercialización*.

Puede decirse que esta monografía y el número monográfico de 2003 de *Revista de Historia Económica*, dedicado al consumo en la España Pre-industrial, forman una unidad desde todo punto de vista: espacio, tiempo, temática y autoría. La incorporación de León como ámbito territorial de estudio deriva de los estrechos vínculos investigadores existentes entre Juan Manuel Bartolomé, profesor de esa Universidad, y uno de los integrantes del grupo inicial de Valladolid, Máximo García Fernández, uno y otro presentes en la nómina de autores de *Comprar, vender y consumir*, coordinada por D. Muñoz Navarro. Esta monografía representa, historiográficamente hablando, la incorporación a los estudios de Historia Social del Consumo de un tercer grupo investigador formado en el Departamento de Historia Moderna de la Universidad de Valencia y promovido por Ricardo Franch Benavent mediante la dirección de varias Tesis doctorales. Se trata de un grupo ya consolidado y de una gran vitalidad, participante en proyectos investigadores y editoriales coordinados por uno de los discípulos de R. Franch, el citado Muñoz Navarro. Ya en marzo de 2010, dicho Departamento manifestó

la España cantábrica del siglo XVIII” (Ver texto y su nota nº 54). D. Muñoz Navarro, “Espacios de consumo en la Valencia preindustrial. Notas para una historia de la comercialización en la España Moderna”, en *Idem* (ed.), *Comprar, vender...*, pp. 99-120.

⁵³ De entre los trabajos que son excepción en el estudio de los siglos XVI y XVII, cabría destacar la monografía de A. López Álvarez, *Poder, lujo y conflicto en la Corte de los Austrias. Coches, carrozas y sillas de mano, 1550-1700*, Madrid, Ediciones Polifemo, 2007. Se trata de un estudio en el que a través de esos tres medios de desplazamiento el autor entrelaza el consumo, la emulación, la apariencia, la incidencia de lo económico en la movilidad social, el discurso político y moral, las leyes suntuarias y la cultura material.

su compromiso investigador con la Historia Social del Consumo organizando el Curso *Consum i Societat a l'Espanya Moderna / Consumo y Sociedad en la España Moderna*, cuyas ponencias, salvo una, corrieron a cargo, entiendo que simbólicamente, de integrantes de los grupos de Barcelona y de Valladolid; ponencias que verían la luz en la revista del Departamento.⁵⁴ Luego vendría, en 2011, *Comprar, vender y consumir*, monografía ya comentada y, agregó ahora, en la que participaban integrantes de una nueva y del todo cualificada generación de investigadores: el propio coordinador, Muñoz Navarro, José Luis Gasch Tomás (CSIC), Andrés Bibiloni Amengual (Universidad de Sevilla), Irene Fattacciu (Universidad de Turín), Luis Miguel Rosado Calatayud (Universidad de Valencia) y María Cantos Fagoaga (Universidad de Valencia).

Aún podría añadirse un cuarto grupo más de nuevos investigadores: el formado en torno a B. Yun a través del Instituto Europeo de Florencia y de la Universidad sevillana Pablo de Olavide. Pero esto es hablar de una nueva mirada a la Historia Social del Consumo, por lo que la abordaré más adelante, ya para concluir. Quedaría tan sólo mencionar las aportaciones a esa Historia al margen de las tres monografías.

De tales aportaciones, acudiendo a la síntesis, destacaría tres rasgos. El primero, la continuidad en el análisis de los problemas que marcaron desde un principio el horizonte de la Historia Social del Consumo –planteamientos teóricos, fuentes y metodología, preeminencia del consumo de textiles de los estudios locales y regionales referidos a los siglos XVIII y XIX– y comercialización.⁵⁵ El segundo, el enriquecimiento de la inicial nómina de in-

⁵⁴ Cfr. J. Torras Elías, “De Verdú a Valdemoro. Sobre la comercialización de tejidos catalanes en la España interior (siglo XVIII)”, M. García Fernández, “Visiones sobre el consumo textil popular de Antiguo Régimen en la Castilla interior”, R. Maruri Villanueva, “El consumo de productos textiles...” y M. Bustos Rodríguez, “Hacer de la necesidad virtud: el comercio textil de la Andalucía atlántica con América en el siglo XVIII”, *Estudis. Revista de Historia Moderna*, 36 (2010), *passim*. Si bien en el Curso participó Lidia Torra Fernández, su ponencia, “Demanda y consumo de géneros textiles en la Cataluña preindustrial”, finalmente no se editaría. En cuanto al ponente, ajeno a los grupos de investigación barcelonés y vallisoletano, se trataba de Manuel Bustos Rodríguez, de la Universidad de Cádiz.

Las iniciativas investigadoras que en la Universidad de Valencia se han tomado en el ámbito de la Historia Social del Consumo se manifiestan igualmente a través del Departamento de Historia Medieval: Coloquio Internacional *Pautas de consumo y niveles de vida en el mundo rural medieval*, celebrado en Valencia los días 18 al 20 de septiembre de 2008 y coordinado por Antoni Furió y Ferran García-Oliver; E. López Ojeda (coord.), *Comer, beber, viuir: consumo y niveles de vida en la Edad Media Hispánica. XXI Semana de Estudios Medievales. Nájera, del 2 al 6 de agosto de 2010*, Logroño, Instituto de Estudios Riojanos, 2011.

⁵⁵ De los planteamientos teóricos de cuestiones medulares en la Historia Social del Consumo, independientemente de los que cada autor realice a modo de marco contextualizador en sus trabajos, destacaría: R. Barquín Gil, “Algunos aspectos relativos a la revolución del consumo en Gran Bretaña”, en *Documentos de Trabajo de la Asociación Española de Historia Económica*, nº 0202 (2002); F. C. Ramos Palencia, “Algunas reflexiones sobre el pesimismo

investigadores de los grupos de Barcelona, Valladolid y Valencia con nuevas incorporaciones. Y, el tercero de los rasgos, la manifestación de las afinidades y transferencias existentes entre consumo, cultura material y vida cotidiana perceptible en la participación de algunos de esos investigadores en

en los niveles de vida castellanos entre 1750-1850: un panorama optimista a partir del consumo familiar de bienes duraderos y semiduraderos”, en *Documentos de Trabajo de la Asociación Española de Historia Económica*, nº 0101b (2002); A. Hoyo Aparicio y R. Maruri Villanueva, “La teoría económica...”, F. C. Ramos Palencia, “Révolution industrielle, identité et effet trickle-down dans une économie sous-développée: le ‘monde des couleurs’ dans une petite province castillane (Palencia), 1750-1850”, en N. Marty y A. Escudero (eds.), *Consommateurs et consommation...*, pp. 47-77. Sobre el pensar el lujo, la moda, la apariencia del cuerpo y el papel de la mujer en el consumo pueden consultarse: F. Díez, “La apología ilustrada del lujo en España. Sobre la configuración del hombre consumidor”, *Historia Social*, 37-2 (2000), pp. 3-25; F. Feo Parrondo, “El consumo en el pensamiento ilustrado español”, *Investigaciones Geográficas*, 29 (2002), pp. 83-97; R. Haidt, “Luxury, Consumption and Desire: Theorizing the Petimetra”, *Arizona Journal of Hispanic Cultural Studies*, 3 (1999), pp. 33-50; *Idem*, “A Well-Dressed Woman Will Not Work. Petimetras, Economics, and Eighteenth Century Fashion Plates”, *Revista Canadiense de Estudios Hispánicos*, 28-1 (2003), pp. 137-157; B. Moreno Claverías, “Mito y realidad de la ‘feminización del consumo’ en la Europa moderna: las pautas de consumo de las mujeres en el Penedés industrial”, en *Arenal. Revista de historia de las mujeres*, 11-1 (2004), pp. 119-152; I. Pérez Molina, “La normalización del cuerpo femenino en la Edad Moderna: el vestido y la virginidad”, *Espacio, Tiempo y Forma. Historia Moderna*, 17 (2004), pp. 103-116; M^a A. Gutiérrez García, “Literatura y moda: la indumentaria femenina a través de la novela española del siglo XIX”, en *Tonos Digital. Revista electrónica de Estudios Filológicos*, IX (2005); A. M^a Díaz Marcos, *La edad de seda. Representaciones de la moda en la literatura española (1728-1926)*, Cádiz, Universidad de Cádiz, 2006; D. Pérez Abril, “La influencia de la moda en la construcción de las identidades de género en las postrimerías del Antiguo Régimen”, en *Estudis. Revista de Historia Moderna*, 33 (2006), pp. 313-322; V. Borrás Catalá, “Las desigualdades en el consumo a través del género”, *Revista Española de Sociología*, 8 (2007), pp. 139-156; M^a Cantos Fagoaga, “La Indumentaria. Indicador económico y sociocultural. Torrent. Siglo XVIII”, *Estudis. Revista de Historia Moderna*, 33 (2007), pp. 287-299; R. Haidt, “¿Emoción o aplicación? Petimetría, o la economía del deseo”, *Cuadernos de Ilustración y Romanticismo*, 15 (2007), pp. 33-51; M. García Fernández, “Percepciones de la apariencia castellana dentro de España y en Roma. Imagen, cultura material y estilos de vida comparados a finales del Antiguo Régimen”, *Cuadernos Dieciochistas*, 9 (2008), 119-151; D. Pérez Abril, *Moda, mujer y modernidad en el siglo XVIII*, Valencia, Amadis, 2008; M. Pérez García, “Material Culture, Luxury and Fashion in Eighteenth-Century Europe: Criticisms of the New Style of Dress in Enlightenment Spain”, *Datatèxtil*, 18 (2008), pp. 42-57; M^a E. Arenas Cruz, “Una crítica irónica al método ensayístico aplicado a la historia: el *Libro de moda en la feria* (1795)”, en E. de Lorenzo Álvarez (coord.), *La época de Carlos IV (1788-1808)*. *Actas del Congreso Internacional de la Sociedad Española de Estudios del Siglo XVIII*, Oviedo, Instituto Feijoo de Estudios del Siglo XVIII-Sociedad Estatal de Conmemoraciones Culturales-Sociedad Española de Estudios del Siglo XVIII, 2009, pp. 209-218; A. Descalzo Lorenzo, “Carlos IV y María Luisa de Parma: vestidos para reinar”, *ibidem*, pp. 375-387; M. García Fernández, “Entre paños y algodones: petimetres y castizas. ‘¿La nueva moda en el arca se vende?’” en M.-R. García Hurtado (coord.), *La vida cotidiana en la España del siglo XVIII*, Madrid, Sílex, 2009, pp. 125-154; A. Giorgi, “El vestido o la representación moderna de la élite española” y “Las huellas reales y sus reflejos textiles en las artes del Antiguo Régimen español”, en E. Soria Mesa y J. J. Bravo Caro (eds.), *Las élites en la Época Moderna. La Monarquía Española, vol. 4*.

emblemáticas monografías que abordan problemas relativos a esos otros dos territorios de investigación, también ya consolidados en España desde la pasada década; es más, diría que se ha ido produciendo un cierto despla-

Cultura, Córdoba, Universidad de Córdoba, 2009, pp. 153-158 y 159-164, respectivamente; D. Pérez Abril, “Lujo, moda y modernidad en la prensa española del siglo XVIII”, *Res pública*, 22 (2009), pp. 249-256; M. Pérez García, “Costruzione di una identità nazionale attraverso il consumo: ‘spagnolizzazione’ del consumo durante l’Illuminismo”, en M. Profetti (ed.), *Giudizi e pregiudizi. Percezione dell’altro e stereotipi tra Europa e Mediterraneo*, Florencia, Università degli Studi di Firenze, 2009; F. J. Crespo Sánchez, “Notas sobre la condena del lujo por la Iglesia. Ejemplos de periódicos de la ciudad de Murcia (siglos XVIII-XX)”, *Norba. Revista de Historia*, 24 (2011), pp. 111-125; M. García Fernández, “La cuestión de un ‘traje nacional’ a finales del siglo XVIII. Demanda, consumo y gestión de la economía familiar”, en *Norba. Revista de Historia*, 24 (2011), pp. 151-165; R. Haidt, *Women, work and clothing in eighteenth-century Spain*, Oxford, Voltaire Foundation, 2011; M. García Fernández, “Consumo e identidad cultural urbana europea en el largo período de transición hacia la contemporaneidad”, en *Revista de historiografía (RevHisto)*, 16 (2012), pp. 129-140; A. Giorgi, “Vestir a la española y vestir a la francesa: Apariencia y consumo en el Madrid del siglo XVIII”, en J. M. Bartolomé Bartolomé y M. García Fernández (dirs.), *Apariencias contrastadas: contraste de apariencias. Cultura material y consumos de Antiguo Régimen*, León, Universidad de León, 2012, pp. 157-172; M^a Á. Ortego Martín, “La mirada ajena. Una aproximación a la indumentaria y los hábitos domésticos de los españoles según algunos viajeros ingleses”, *Tiempos Modernos*, 21-2 (2012), pp. 1-25; M. García Fernández, “cultura material, consumo, moda e identidades sociales: la almoneda de bienes”, en *Idem* (coord.), *cultura material y vida cotidiana moderna: escenarios*, Sílex, Madrid, 2013, pp. 235-259; J. L. Colomer y A. Descalzo (dirs.), *Vestir a la española en las cortes europeas (siglos XVI y XVII)*, Madrid, Centro de Estudios Europa Hispánica, 2014, 2 vols.; M. Fargas Peñarrocha, “Topografías de lo privado y de lo público: Joyas, familia y género en la Edad Moderna”, en I. Arias de Saavedra Alfás y M. L. López-Guadalupe Muñoz (eds.), *Vida cotidiana en la Monarquía Hispánica. Tiempos y espacios*, Granada, Universidad de Granada, 2015, pp. 171-191. Sobre fuentes y metodología: R. M^a Dávila Corona, “Propuesta metodológica para el estudio de los inventarios *post mortem*”, en *Norba. Revista de Historia*, 24 (2011), pp. 127-136; L. M. Rosado Calatayud, “Libre de conte i raó de les coses d’Hilarión Cardona. Sueca 1745-1779”, en *Actes de la XIII Assemblea d’Història de la Ribera. Llombai, 29, 30 i 31 de gener del 2010* (Inédito); *Idem*, “Los protocolos notariales de Cullera como fuente de investigación histórica. Una aproximación metodológica a sus fondos”, en *IX Jornades d’Estudis de Cullera, 27, 28 i 29 de novembre de 2009*, Cullera, Ajuntament de Cullera, 2011, pp. 117-166. Sobre comercialización: M. Herrero Sánchez, “La política de embargos y el contrabando de productos de lujo en Madrid (1635-1673): sociedad cortesana y dependencia de los mercados internacionales”, *Hispania*, 59-1 (1999), pp. 171-191; R. Calderón Cuadrado, “Crédito para comerciante y crédito para consumidor. La diferente conceptualización de la usura en la España del siglo XVIII”, en R. Torres Sánchez (ed.), *El capitalismo mercantil en la España del siglo XVIII*, Pamplona, EUNSA, 2000, pp. 141-172; L. Torra Fernández, “Botigues de teixits, crèdit comercial o crèdit al consum. Xarxes comercials a la Catalunya del segle XVIII”, en *Recerques*, 41 (2000), pp. 5-30; J. M. Bartolomé Bartolomé, “El comercio leonés de hilo e hilazas en el siglo XVIII”, *Studia Historica. Historia Moderna*, 23 (2001), pp. 233-248; L. Torra Fernández, *Comerç. Distribució i consum de gèneres tèxtils. El desenvolupament de la botiga estable a Catalunya (1650-1800)* (Tesis Doctoral, Universidad Pompeu Fabra, Barcelona, 2004); J. I. Andrés Ücendo, “Algunas notas sobre el consumo y comercialización de tejidos en Castilla a comienzos del siglo XVII: la encuesta de 1618”, *Revista de H^a Económica*, XXIII-1 (2005), pp. 13-46; L. Torra Fernández, “Distribució, difusió i venda de teixits proce-

zamiento de algunos historiadores sociales del consumo hacia el estudio de lo material y lo cotidiano.⁵⁶

dents de França a les botigues catalanes (1650-1800)”, en J.-M. Minovez y P. Poujade (eds.), *Circulació de mercaderies i xarxes comercials als Pirineus (segles XIII-XIX)*, Toulouse, CNRS-Universitat de Toulouse-Le Mirail, 2005; F. J. Sanz de la Higuera, “De tiendas por Burgos (1750-1794)”, *Investigaciones Históricas*, 26 (2006), pp. 163-186; H. Casado Alonso, “Comercio textil, crédito al consumo y ventas al fiado en las ferias de Medina del Campo en la primera mitad del siglo XVI”, en S. de Dios de Dios *et alii* (coords.), *Historia de la propiedad: crédito y garantía. V Encuentro Interdisciplinar: Salamanca, 31 de mayo-2 de junio*, Madrid, Colegio de Registradores de la Propiedad y Mercantiles de España, 2007, pp. 127-160; R. M^a Dávila Corona, “Las ventas a crédito en los comercios vallisoletanos. 1830-1870”, *Investigaciones Históricas*, 27 (2007), pp. 131-156; D. Muñoz Navarro, “Comercio de tejidos al por menor en la Valencia del siglo XVIII. Los Sumbiela y los Solernou. Dos linajes de botigueros de ropas”, *Estudis. Revista de Historia Moderna*, 34 (2008), pp. 285-302; *Idem*, “Comercio textil en la Ribera del Júcar (s. XVIII). El interior de una tienda de tejidos”, en S. Vercher (ed.), *Actes de la XI Assemblea d’Història de la Ribera*, Corbera, Ajuntament de Corbera, 2008, pp. 255-268; L. M. Rosado Calatayud, “Los mercados y la actividad comercial en la Ribera Baixa de finales del XVIII”, en *XII Assemblea d’Història de la Ribera. Guadassuar, 21, 22 i 23 de novembre de 2008*; D. Muñoz Navarro, “Mercaderes extranjeros y comercio textil de importación en la Valencia dieciochesca”, en M.-R. García Hurtado, D. L. González Lopo y E. Martínez Rodríguez (eds.), *El mar en los siglos modernos / O mar nos séculos modernos*, Santiago de Compostela, Xunta de Galicia, 2009, t. I, pp. 469-483; L. M. Rosado Calatayud, “Una aproximación al mercado y a la actividad comercial de Cullera del siglo XVIII”, en *VIII Jornades d’Estudis de Cullera. Novembre 2007*, Cullera, Ajuntament de Cullera, 2009, pp. 69-93; J. Torras Elías, “De Verdú a Valdemoro...”; M^a J. García Garrosa, “Comercio y lectura de novelas en España en el siglo XVIII”, *Estudis. Revista de Historia Moderna*, 37 (2011), pp. 9-28; A. López Martínez, “Los oficios itinerantes en la Andalucía rural a finales del Antiguo Régimen”, en M^a J. Pérez Álvarez y A. Martín García (eds.), *Campo y campesinos en la España Moderna. Actas de la XII Reunión Científica de la Fundación Española de Historia Moderna*, Madrid, FEHM-CSIC-Universidad de León, 2012, V. I, pp. 1.391-1.412; D. Muñoz Navarro, *De la botiga de tall a la tienda de modas. Sistemas de comercialización y oferta textil en la Valencia pre-industrial (1675-1805)* (Tesis Doctoral, Universidad de Valencia, 2012, dirigida por Ricardo Franch Benavent); *Idem*, “Sistemas de comercialización y oferta textil en la Valencia preindustrial (1675-1805). La consolidación del comercio estable y el surgimiento de nuevos espacios de consumo, más allá de la ciudad”, en G. Nigro (ed.), *Il commercio al minuto...*, pp. 385-412. Sobre consumos, además de los trabajos que se citarán en la nota n^o 56 por su mayor presencia en el análisis de la cultura material y de la vida cotidiana, véanse: L. Alonso Álvarez, *La modernización de la industria del tabaco en España, 1800-1935*, Madrid, Fundación Empresa Pública, 1993; *Idem*, “Transformaciones en las pautas de consumo y crecimiento de la demanda en los orígenes de la industrialización: el tabaco en España, 1735-1886”, *Lér Història*, 27-28 (1995), 21-41; A. Pérez-Tenessa, “La fabulosa historia del chocolate”, *Estudios Agrosociales y Pesqueros*, 186 (2000), pp. 265-278; R. M^a Dávila Corona y M. García Fernández, “El consumo de productos textiles en Valladolid, 1750-1850”, *Investigaciones Históricas*, 21 (2001), pp. 133-179; M. García Fernández, “El consumo manufacturado textil en las ciudades castellanas. Siglos XVI-XVII y XVIII”, *Torre de los Lujanes*, 45 (2001), pp. 173-193; J. M. Bartolomé Bartolomé, “La dinámica en la producción y consumo de textiles en León: las zonas artesanales de La Bañeza y Astorga (1700-1860)”, *Investigaciones Históricas*, 22 (2002), pp. 117-140; L. Torra Fernández, “Cambios en la oferta y la demanda textil en Barcelona (1650-1800)”, *Revista de Historia Industrial*, 22 (2002), pp. 13-44; J. M. Bartolomé Bartolomé, “El consumo de textiles en León (1700-1860)”, *Revista de Historia Moderna. Anales de la Universidad de Alicante*, 21

Década y media después de la aparición de *The Birth of a Consumer*, y digo esto para ir ya concluyendo, la historiografía española se incorporaba en pie de igualdad a la anglosajona en materia de Historia Social de Consu-

(2003), pp. 473-500; M. García Fernández, “Tejidos con ‘denominación de origen extranjera’ en el vestido castellano. 1500-1860”, *Estudios Humanísticos. Historia*, 3 (2004), pp. 115-145; *Idem*, “La presencia de productos textiles con denominación de origen francés e inglés en Castilla. Evolución de los intercambios comerciales entre la Paz de Utrecht y Trafalgar”, en A. Guimerá Ravina y V. Peralta Ruiz (coords.), *El equilibrio de los Imperios: de Utrecht y Trafalgar. Actas de la VIII Reunión Científica de la Fundación Española de Historia Moderna*, Madrid, FEHM, 2005, V. 2, pp. 277-294; *Idem*, “Vestirse y vestir la casa. El consumo de productos textiles en Valladolid (1700-1860)”, *Obradoiro de Historia Moderna*, 14 (2005), pp. 141-174; M. V. Vicente, *Clothing the Spanish Empire. Families and the Calico Trade in the Early Modern Atlantic World*, Nueva York, Palgrave Macmillan, 2007; M. S. Norton, *Sacred gifts...*; L. M. Rosado Calatayud, *Sociedad, cultura material y consumo textil en el medio rural valenciano a lo largo del siglo XVIII. El caso de Sueca* (Trabajo de Investigación de Máster, Universidad de Valencia, 2009); M. Bustos Rodríguez, “Hacer de la necesidad virtud...” (2010), M. García Fernández, “Visiones sobre el consumo textil...” (2010), M. Pérez García, “Les échanges transnationaux et la circulation des nouveaux produits en Méditerranée occidentale au XVIIIe siècle”, *Histoire, Société, Économie*, 1 (2011), pp. 1-32 (Edición electrónica); L. Torra Fernández, “El consum d’indianes a Barcelona, 1650-1800”, *Barcelona Quaderns d’Història*, 17 (2011), pp. 283-290; M. Carmagnani, *Las islas del lujo...*; F. J. Sanz de la Higuera, “El consumo de chocolate en el Burgos del Setecientos”, *Tiempos Modernos*, 24 (2012), pp. 1-30; M. Pérez García, *Vicarious Consumer...*; *Idem*, “Consumidores ‘Vicarios’: Transferencias...” y “Consumidores ‘Vicarios’: Impacto del mercado global de porcelana china en la Castilla meridional (s. XVIII)”, en *Cuadernos de Trabajo del ECHIMEX* (UNAM), nº 3 (2013); B. Aram y B. Yun-Casalilla (eds.), *Global Goods and the Spanish Empire, 1492-1824. Circulation, Resistance and Diversity*, Nueva York, Palgrave Macmillan, 2014; L. M. Rosado Calatayud, *Sociedad, cultura material y consumo en la Valencia de finales del Antiguo Régimen: Un análisis comparativo entre el medio rural y el urbano (Sueca-Xàtiva. 1700-1824)* (Tesis Doctoral, Universidad de Valencia, 2014, dirigida por Ricardo Franch Benavent); F. J. Sanz de la Higuera, “Clero catedralicio y consumo de chocolate en el Burgos del Setecientos”, *El Futuro del Pasado*, 5 (2014), pp. 299-31.

⁵⁶ Remito en esta nota a monografías, capítulos de libro y artículos de revista que evidencian las conexiones entre cultura material, vida cotidiana y consumo, sobre manera el alimentario, el textil y el mobiliario, e, igualmente, que evidencian los casos de participación de un mismo investigador en más de uno de esos campos: G. A. Franco Rubio, *La vida cotidiana en tiempos de Carlos III*, Madrid, Ediciones Libertarias, 2001; F. Núñez Roldán (coord.), *Ocio y vida cotidiana en el mundo hispánico en la Edad Moderna*, Sevilla, Universidad de Sevilla, 2007; I. Arias de Saavedra Aliás (coord.), “Dossier: La vida cotidiana en la España Moderna”, *Chronica Nova*, 35 (2009), pp. 7-219; G. A. Franco Rubio (coord.), “Cosas de la vida. Vivencias y experiencias cotidianas en la España Moderna”, *Cuadernos de Historia Moderna. Anejos*, VIII (2009); *Idem*, “‘Casa puesta, nadie sabe lo que cuesta’. La economía doméstica en la España del siglo XVIII”, en J. J. Bravo Caro y J. Sanz Sampelayo (eds.), *Población y grupos sociales en el Antiguo Régimen. IX Reunión Científica de la Fundación Española de Historia Moderna*, Málaga, Universidad de Málaga, 2009, V. I, pp. 619-630; M.-R. García Hurtado (coord.), *La vida cotidiana...*; I. Lasmarías Ponz, “Vestidos ‘a su honra, estado, costumbre y condición’: el traje de los labradores en Aragón en la Edad Moderna”, M^a Á. Ortego Agustín, “El ámbito doméstico en la Edad Moderna. Algunas reflexiones sobre las fuentes otariales”, M^a Á. Pérez Samper, “El orden y el gobierno de la casa: el espacio doméstico en la España moderna” y N. Ruiz Comin, “Transformaciones en el hogar del

mo en los siglos modernos. J. Torras y B. Yun, impulsores de las investigaciones iniciales en este nuevo territorio de análisis histórico, sabían sobradamente al concluir el pasado siglo XX, cuando editan *Consumo, condicio-*

barón de Maldá ante la boda de sus hijos”, en J. J. Bravo Caro y J. Sanz Sampelayo (eds.), *Población y grupos sociales...*, vols. I-II, *passim*; I. dos Guimarães Sá y M. García Fernández (dirs.), *Portas adentro: comer, vestir e habitar na Península Ibérica (ss. XVI-XIX)*, Valladolid, Univ. de Valladolid-Univ. de Coimbra, 2010; I. Arias de Saavedra (ed.), *Vida cotidiana en la España de la Ilustración*, Granada, Universidad de Granada, 2012; J. M. Bartolomé Bartolomé y M. García Fernández (dirs.), *Apariencias contrastadas...*, 2012; M. Peña Díaz (coord.), *La vida cotidiana en el mundo hispánico (siglos XVI-XVIII)*, Madrid, Abada Editores, 2012; M^a Á. Pérez Samper y G. Á. Franco Rubio (coords.), “Intimidad y sociabilidad en la España Moderna”, *Revista de Historia Moderna. Anales de la Universidad de Alicante*, 30 (2012) (Número monográfico); M. García Fernández, *Cultura material y vida cotidiana...*; F. Chacón Jiménez y C. J. Gómez Carrasco (ed. y coord.), *Familias, recursos humanos y vida material*, Murcia, Universidad de Murcia, 2014; I. Arias de Saavedra Alfás y M. L. López-Guadalupe Muñoz (eds.), *Vida cotidiana... Un tratamiento de lo cotidiano en el tiempo largo se aborda en M^a Á. Pérez Samper (coord.), La vida cotidiana a través dels segles*, Barcelona, Turner, 2010. Desde una perspectiva regional, aunque fuera de esta cronología editorial, pueden consultarse, entre otros, I. Moll Blanes (ed.), *La vida cotidiana dins la perspectiva històrica*, Palma de Mallorca, Institut d’Estudis Baleàrics, 1985; P. Saavedra, *La vida cotidiana en la Galicia del Antiguo Régimen*, Barcelona, Crítica, 1994; J. M^a Imízcoz Beunza (dir.), *La vida cotidiana en Vitoria en la Edad Moderna y Contemporánea*, San Sebastián, Editorial Txertoa, 1995. Al margen de los trabajos contenidos en estas monografías pueden verse también: A. Eiras Roel, “La historia de la alimentación en la España Moderna: resultados y problemas”, *Obradoiro de Historia Moderna*, 2 (1993), pp. 35-64; B. Moreno Claverías, “La diferenciación social pagesa a partir dels inventaris *post mortem*. El Penedés, 1707-1715”, *Butlletí de la Societat Catalana d’Estudis Històrics*, 7 (1996), pp. 41-54; R. E. Ríos Lloret y S. Vilaplana Sanchís, “Joyas y sociedad”, *Estudis. Revista de Historia Moderna*, 25 (1999), pp. 7-24; D. Rodríguez Fernández, “Desigualdades sociales y criterios de consumo diferenciados. Cultura material y nivel de vida en la Galicia interior, Celanova (1630-1850)”, *Cuadernos Feijonianos de Historia Moderna*, 1 (1999), pp. 193-231; R. Cubillo de la Puente, *Comer en León. Un siglo de historia: 1700-1800*, León, Universidad de León, 2000; I. Díaz Yubero, “La evolución de la alimentación y la gastronomía en España” (en red); A. M. Moral Roncal, “Fuentes de riqueza y hábitos de consumo de la nobleza española en el siglo XIX”, *Aportes. Revista de Historia Contemporánea*, 15 (44/3) (2000), pp. 23-47; M^a Á. Pérez Samper, “Chocolate, té y café: sociedad, cultura y alimentación en la España del siglo XVIII”, en J. A. Ferrer Benimeli (dir.), *El Conde de Aranda y su tiempo*, Zaragoza, Institución “Fernando el Católico”, 2000, V. I, pp. 157-221; F. C. Ramos Palencia, *El consumo familiar de bienes duraderos y semiduraderos en la Castilla preindustrial: Palencia, 1750-1850*, Madrid, Universidad Carlos III, 2000 (Documento de Trabajo); M^a Á. Pérez Samper, “Espacios y prácticas de sociabilidad en el siglo XVIII: tertulias, refrescos y cafés de Barcelona”, *Cuadernos de Historia Moderna*, 26 (2001), pp. 11-55; F. C. Ramos Palencia, “Pautas de consumo familiar en la Castilla preindustrial: Palencia, 1750-1850”, en *Revista de Historia Económica*, 19-1 (2001), pp. 73-96; F. J. Sanz de la Higuera, “Familia, hogar y vivienda en Burgos a mediados del siglo XVIII. Entre cuatro paredes, compartiendo armarios, camas, mesas y manteles”, *Investigaciones Históricas*, 22 (2002), pp. 165-212; B. Moreno Claverías, “Pautas de consumo y diferenciación...”, M. García Fernández, “El patrimonio doméstico y su simbología. La cultura popular castellana a través del ajuar mobiliario del hogar durante el Antiguo Régimen”, en S. de Dios *et alii* (coords.), *Historia de la propiedad: Patrimonio cultural. III Encuentro Interdisciplinar, Salamanca, 28-31 de mayo de 2002*, Colegio de Registradores,

nes de vida y comercialización, del conocimiento acumulado en tal territorio en cuanto a conceptualización, fuentes, metodología, aportaciones y problemas a los que ir dando respuesta; en la medida en que participé en

Madrid, 2003, pp. 71-102; M^a Á. Pérez Samper, “Vida cotidiana y sociabilidad de la nobleza catalana del siglo XVIII: El barón de Maldà”, *Pedralbes. Revista d’història moderna*, 23 (2003), pp. 433-476; J. M. Bartolomé Bartolomé, *El tránsito al crecimiento económico moderno en León (1750-1850). Condiciones de vida y pautas de consumo en La Bañeza y Astorga*, León, Universidad de León, 2004; M. García Fernández, “La cultura material doméstica en la Castilla del Antiguo Régimen”, *Estudios en homenaje al Profesor Teófanos Egido*, 2004, V, II, pp. 249-270; B. Moreno Claverías, “Les condicions materials de vida dels rabassers penedesencs al segle XVIII: treball, mercat i consum”, *Estudis d’història agrària*, 17 (2004), pp. 615-630; M^a Á. Pérez Samper, “La alimentación en la Corte de Felipe V”, en E. Serrano Martín (coord.), *Felipe V y su tiempo. Congreso internacional*, Zaragoza, Institución “Fernando el Católico”, 2004, V, I, pp. 529-584; M. García Fernández, “Vestirse y vestir la casa...”, H. Casado Alonso, “Al uso de Flandes’, cultura material y consumo artístico de la oligarquía burgalesa de los siglos XV y XVI”, en L. S. Iglesias Rouco, R. J. Payo Hernanz y M^a P. Alonso Abad (coords.), *Estudios de historia y arte. Homenaje al profesor Alberto C. Ibáñez Pérez*, Burgos, Universidad de Burgos, 2005, pp. 155-160; M. Piera Miquel, “La cómoda y el tocador, muebles de prestigio en la sociedad catalana del siglo XVIII”, *Pedralbes. Revista d’història moderna*, 25 (2005), pp. 259-282; B. Moreno Claverías, “Lugar de residencia y pautas de consumo. El Penedés y Barcelona, 1770-1790”, *Revista de Historia Industrial*, XV-31 (2006), pp. 139-165; *Idem*, *Consum i condicions de vida a la Catalunya Moderna. El Penedés, 1670-1790*, Vilafranca del Penedés, Ediciones Andana, 2007; I. Arias de Saavedra Alias, “Vida cotidiana, sociabilidad y cultura de un magistrado del Antiguo Régimen: Juan Luis Novela, ministro de la Audiencia de Sevilla”, en O. Rey Castelao y R. J. López (eds.), *El mundo urbano en el siglo de la Ilustración...*, t. II, pp. 55-68; M. García Fernández, “Percepciones de la apariencia...”, G. A. Franco Rubio, “La vivienda en la España ilustrada: habitabilidad, domesticidad y sociabilidad”, *ibidem*, t. II (2009), pp. 125-136; M. García Fernández, “Cambios en la demanda doméstica castellana en torno al momento finisecular”, en E. de Lorenzo Álvarez (coord.), *La época de Carlos IV (1788-1808). Actas del Congreso Internacional de la Sociedad Española de Estudios del Siglo XVIII*, Oviedo, Instituto Feijoo de Estudios del Siglo XVIII-Sociedad Estatal de Conmemoraciones Culturales-Sociedad Española de Estudios del Siglo XVIII, 2009, pp. 565-580; *Idem*, “En casa y en la calle. Esposas, cocineras y damas. Cultura material doméstica popular y apariencia a finales del Antiguo Régimen”, en O. Rey Castelao y R. J. López (eds.), *El mundo urbano en el siglo de la Ilustración / O mundo urbán no século da Ilustración*, Santiago de Compostela, Xunta de Galicia, 2009, t. II, pp. 137-150; F. García González, “Imágenes de la decadencia en la España interior: casas y hogares en las ciudades de Toledo y Alcaraz a finales del Antiguo Régimen”, en C. J. Fernández Cortizo, V. M. Migués Rodríguez y A. Presedo Garazo (eds.), *El mundo urbano en el siglo de la Ilustración...*, t. I, pp. 127-142; I. Lasmarías Ponz, “Españoles ‘vestidos a la francesa’”, *ibidem*, t. II, pp. 217-230; E. Martínez Ruiz, “Una célula consumista excepcional: la familia real y el pescado a mediados del siglo XVIII”, en M.-R. García Hurtado, D. L. González Lopo y E. Martínez Rodríguez (eds.), *El mar en los siglos modernos...*, t. II, pp. 497-510; M^a Á. Pérez Samper, “Vivir noblemente: la mesa como signo de distinción”, en E. Soria Mesa, J. J. Bravo Caro y J. M. Delgado Barrado (eds.), *Las élites en la Época Moderna...*, V, 1, pp. 175-198; M. Piera Miquel “Cómodas y otros muebles de importación en los interiores domésticos barceloneses del siglo XVIII”, *ibidem*, t. II (2009), pp. 371-384; L. M. Rosado Calatayud, *Sociedad, cultura material y consumo textil...*, 2009; J. L. Suárez Granda, “Notas sobre la cultura alimentaria en la España del siglo XVIII”, *Cuadernos de Estudios del Siglo XVIII*, 19 (2009), pp. 257-297; J. M. Vázquez Lijó, “Sabrosa abstinencia.

esas investigaciones, me siento beneficiario de dicho conocimiento y, por tanto, siempre deudor de ambos.

Abasto y consumo de pescado en el monasterio de Sobrado, siglos xvii-xviii”, *Obradoiro de Historia Moderna*, 18 (2009), pp. 151-179; F. C. Ramos Palencia, *Pautas de consumo y mercado en Castilla, 1750-1850. Economía familiar en Palencia al final del Antiguo Régimen*, Madrid, Sílex, 2010; J. M. Bartolomé Bartolomé, “Una aproximación a los espacios domésticos de consumo: el ejemplo de las familias de la burguesía comercial leonesa (1700-1850)”, en *Norba. Revista de Historia*, 24 (2011), pp. 137-150; M. García Fernández, “Lujos y penurias populares: enseres cotidianos y cultura material en la Castilla del Quinientos”, en *Biblioteca: estudio e investigación*, 26 (2011), pp. 25-47; M^a Á. Pérez Samper, *Mesas y cocinas en la España del siglo xviii*, Gijón, Trea, 2011; L. M. Rosado Calatayud, “Entre sedas y algodones. La evolución del ajuar en la dote de las novias a lo largo del siglo xviii”, *Estudis. Revista de Historia Moderna*, 37 (2011), pp. 429-44; F. J. Sanz de la Higuera, “Evolución de los lechos cotidianos y los menajes nocturnos en el xviii burgalés”, *Cuadernos de Investigación Histórica*, 28 (2011), pp. 389-424; M. García Fernández, “Vidas cotidianas en el entorno rural del Duero: niveles de consumo comparados. Siglo xviii”, en M^a J. Pérez Álvarez y A. Martín García (eds.), *Campo y campesinos...*, V, II (2012), pp. 1.445-1.457; M^a Á. Pérez Samper, “La alimentación catalana en la edad moderna, según el Llibre dels secrets d’agricultura, casa rústica i pastoril de Miquel Agustí”, en M^a J. Pérez Álvarez y A. Martín García (eds.), *Campo y campesinos...*, V, I, pp. 1.483-1.496; I. Rodríguez Palmeiro, “La vida cotidiana de la *fidalgúia* gallega en el interior de la provincia de Lugo. Las casas de Virigo (Navia de Suarna), Hermida y Moreiras (Quiroga). Siglos xviii y xix”, en M^a J. Pérez Álvarez y A. Martín García (eds.), *Campo y campesinos...*, V, I, pp. 1.497-1.505; L. M. Rosado Calatayud, “El ajuar de las novias en la Valencia del siglo xviii. Las diferencias en las pautas de consumo entre el medio rural y urbano”, en M^a J. Pérez Álvarez y A. Martín García (eds.), *Campo y campesinos...*, V, I, pp. 1.247-1.258; J. M. Vázquez Lijó, “Alimentación, ocio y cultura en el pazo de Goiáns en el siglo xviii”, en M^a J. Pérez Álvarez y A. Martín García, *Campo y campesinos...*, 2012, V, 2, pp. 1.425-1.434; M. García Fernández, “Ya en pleitos desde la más tierna infancia: menores, tutores, litigios”, en *Revista de Demografía Histórica*, vol. 31-2 (2013), pp. 87-112; M^a Á. Pérez Samper, “La fruta en la corte española de la Edad Moderna” y “La alimentación de las reinas en la España Moderna”, en *Historia de la alimentación en España*, 2013 (en red); J. Cruz Valenciano, *El surgimiento de la cultura burguesa. Personas, hogares y ciudades en la España del siglo xix*, Madrid, Siglo XXI, 2014; L. M. Rosado Calatayud, *Sociedad, cultura material y consumo...*, 2014; J. M. Bartolomé Bartolomé, “Las familias leonesas de la burguesía administrativa y profesiones liberales; condiciones de vida y pautas de consumo doméstico (1700-1850)”, en O. Rey Castelao y F. Suárez Golán (eds.), *Los vestidos de Clío. Métodos y tendencias recientes de la historiografía modernista española (1973-2013)*, Santiago de Compostela, Universidade de Santiago de Compostela, 2015, pp. 655-672; B. Moreno Claverías, “L’inégalité comme norme: modèles de consommation dans l’Espagne préindustrielle”, en N. Marty y A. Escudero (eds.), *Consommateurs et consommation...*, 2015, pp. 15-46; F. J. Sanz de la Higuera, “La cultura material de los tesoreros generales de la Santa Cruzada en el Burgos del siglo xviii”, *Cuadernos de Estudios del Siglo xviii*, 25 (2015), pp. 317-336; J. E. Campillo, A. Rucquoi, M^a Á. Pérez Samper y M^a L. López Terrada, *Comer a lo largo de la historia*, Valladolid, Universidad de Valladolid, 2016; A. Serramontmany Hugas, *Living standards, social dynamics and historical change. Besalú área, 1750-1850* (Tesis Doctoral, Universidad de Gerona, 2016, dirigida por Rosa Congost i Colomer); *Idem*, *Change in Southern European Rural Consumption. Besalú (Catalonia) 1750-1800* (En red); *Social dynamics, historical change and living standards. The district of Besalú, 1750-1850* (en red). Un muy actualizado y penetrante planteamiento de las conexiones entre vida material y consumo en el marco de la historiografía occidental, prestando una detallada

A día de hoy, lo aportado por nuestra historiografía a la Historia Social del Consumo en la España Moderna permitiría ya incorporar a ésta a la nómina de países susceptibles de ser tomados en consideración a la hora de realizar, con perspectiva europea, un ejercicio de historia comparada. Sin embargo, precisaría que en la historiografía española ha venido primando la considerable dispersión del conocimiento de nuestra historia del consumo en múltiples trabajos, tal y como testimonia el repertorio de ellos que muestro en este estudio. Dicha historiografía, al contrario que la anglosajona, adolece de estudios de conjunto, bien se trate de monografías individuales o colectivas. Por otro lado, se produce una considerable concentración de investigaciones en determinadas áreas geográficas –fundamentalmente Cataluña (Barcelona y provincia), Castilla-León (Valladolid, Palencia y León y provincias) y Valencia (Valencia y provincia)– que contrasta con los vacíos existentes en el resto de la geografía española. Se evidencia igualmente una muy acusada decantación de los estudios hacia el consumo de productos textiles, bien para el vestido del cuerpo, bien para el equipamiento doméstico. Quizás haya llegado el momento de orientar una parte de las investigaciones hacia otras áreas geográficas y hacia otros bienes de consumo, tanto duraderos como semiduraderos. Los análisis regionales, cuando menos, constituyen un imperativo metodológico, no sólo por la titánica –inabarcable, diría mejor– tarea de abordar un análisis nacional, sino, sobre todo, porque, al igual que ha sucedido con la industrialización, tal vez puedan establecerse “Pautas regionales de consumo”.

No obstante, aun con estas observaciones, el desvelamiento de múltiples aspectos del consumo desde una perspectiva social ha iluminado también otros planos de la realidad económica, social, política y cultural de la España Moderna. Además, cabría plantear también hasta qué punto el conocimiento de la Historia Social del Consumo ha podido enriquecer e impulsar el de la Historia de la cultura material y el de la Historia de la Vida Cotidiana, dadas las complicidades existentes entre las tres.⁵⁷ Un ejemplo al respecto: Jesús Cruz, en un trabajo inicial sobre el Madrid de los siglos XVIII y XIX, consideraba indisociables pautas de consumo y cultura material, indicadores óptimos, junto a comportamientos en la vida cotidiana, de modernización en términos económico-sociales y de modernidad en términos de valores.⁵⁸ Ateniéndose al estudio de tales indicadores con una mirada

atención al caso español, en N. González Heras, “La vivienda en la Edad Moderna: un repaso a la historiografía de los últimos años”, en O. Rey Castelao y F. Suárez Golán (eds.), *Los vestidos de Clío...*, pp. 995-1.016.

⁵⁷ Es por esto por lo que me ha parecido del todo pertinente incorporar a mi estado de la cuestión diversas aportaciones –las más emblemáticas, y las no tanto– de quienes en la actualidad más cualificadamente investigan la Historia de la cultura material y la de la Vida cotidiana en la España Moderna.

⁵⁸ Cfr. J. Cruz, “El mercado madrileño...”.

integradora, ha podido establecer el proceso de formación de la cultura burguesa en España.⁵⁹

Más la Historia Social del Consumo en la España Moderna, retomando una cuestión con la que ya apunté concluiría, ha ensanchado recientemente su horizonte de problemas al incorporar a su análisis, desde el paradigma de la complejidad, el de la multidireccionalidad intercontinental en la circulación de bienes –también de ideas– en el marco del imperio español y en la larga duración: itinerarios, flujos, redes, influencias “de ida y vuelta” en los hábitos de consumo, en cuanto a productos y actitudes ante ellos, desde la rápida aceptación hasta la resistencia, etcétera. Me refiero al conjunto de trabajos que integran la monografía editada en 2014, bajo la coordinación de Bethany Aram y B. Yun, en la que participan nuevos investigadores participantes en un proyecto dirigido por este último desde el Instituto Europeo de Florencia y la sevillana Universidad Pablo de Olavide. Se trata de un consumo enmarcado en una dimensión “trans-nacional”, más allá que la de la *Atlantic History*, para hacerse, desde una renovación metodológica en la que coexisten lo micro y lo macro, *Global History*, y a cuyo conocimiento, sobre todo por lo que se refiere al consumo de productos “exóticos”, ya se había venido haciendo alguna aportación, viéndose ineludiblemente concernida España.⁶⁰

La participación de historiadores españoles en la *Global History* atendida a la Historia Social del Consumo es, en la actualidad, de primer rango y tiene dos vigorosos focos, en España (Sevilla) y en China (Beijing), en donde se han desarrollado y desarrollan proyectos de investigación de excelencia bajo las direcciones de B. Yun y de B. Aram –Universidad Pablo

⁵⁹ Cfr. J. Cruz Valenciano, *El surgimiento...*

⁶⁰ A modo de ejemplo véanse Y. Kawamura, “Coleccionismo y colecciones de la laca extremo oriental en España desde la época del arte namban hasta el siglo xx”, *Artigrama*, 18 (1993), pp. 211-230; M. V. Vicente, *Clothing the Spanish...*; M. Norton, *Sacred gifts...*; I. Fattaciu, “Gremios y evolución de las pautas de consumo en el siglo XVIII: la industria artesanal del chocolate”, en D. Muñoz Navarro (ed.), *Comprar, vender...*, pp. 153-171; I. Fattaciu, *Across the Atlantic: Chocolate consumption, imperial political economies and the making of a Spanish imaginary (1700-1800)* (Tesis doctoral, Instituto Universitario Europeo de Florencia, 2011, dirigida por B. Yun Casalilla); J. L. Gasch Tomás, “Textiles asiáticos...”, en D. Muñoz Navarro (ed.), *Comprar, vender...*, pp. 55-76; M. Carmagnani, *Las islas del lujo...*; J. L. Gasch Tomás, *Global Trade, Circulation and Consumption of Asian Goods in the Atlantic World. The Manila Galleons and the Social Elites of Mexico and Seville (1580-1640)* (Tesis doctoral, Instituto Universitario Europeo de Florencia, 2012, dirigida por B. Yun Casalilla); F. J. Sanz de la Higuera, “El consumo de chocolate...”, I. Fattaciu, “Exotic products, luxury and new forms of sociability. Changing patterns of consumption in 18th-century Madrid”, en V. Hyden-Hanscho, R. Pieper y W. Stangl (eds.), *Cultural Exchange...*; F. J. Sanz de la Higuera, “Clero catedralicio...”, A. Morera Villuendas, “Orientando la mirada: Influencia de Oriente en la vida cotidiana de la España Moderna”, en I. Arias de Saavedra Alías y M. L. López-Guadalupe Muñoz (eds.), *Vida cotidiana...*, pp. 117-136. Véanse también los contenidos de la nota que sigue a ésta.

de Olavide–, de Carmen Mena García, Emilio José Luque Azcona –Universidad de Sevilla– y Salvador Bernabéu Albert –Escuela de Estudios Hispano-Americanos– y de Manuel Pérez García –Renmin University–.⁶¹

Concluyo aquí un itinerario que iniciaba sirviéndome del testimonio de un campesino en la Cantabria de comienzos del pasado siglo XX que, aun enmarcándose en lo local –lo micro–, remitía a un concepto universal –lo

⁶¹ El proyecto de investigación dirigido por B. Yun es “Nuevos Productos Atlánticos. Ciencia, Guerra, Economía y Consumo en el Antiguo Régimen” y se halla en el origen de la monografía, coeditada con B. Aram, *Global Goods and the Spanish Empire, 1492-1824. Circulation, Resistance and Diversity*, Nueva York, Palgrave Macmillan, 2014; han participado en ella dos investigadores –I. Fattaciu (Univ. de Turín) y J. L. Gasch Tomás (CSIC)– presentes en la obra coordinada por D. Muñoz Navarro (ed.), *Comprar, vender...* Bethany Aram dirige el proyecto “An Artery of Empire. Conquest, commerce, crisis, culture and the Panamanian Junction (1513-1671)”. C. Mena García, E. J. Luque Azcona y S. Bernabéu Albert son los directores del proyecto “El Pacífico Hispano: imágenes, conocimiento y poder”, que ha dado lugar a la monografía *Conocer el Pacífico. Exploraciones, imágenes y formación de sociedades oceánicas*, Sevilla, Universidad de Sevilla, 2015. Un cuarto proyecto es el dirigido por Manuel Pérez García, “Global Encounters between China and Europe: Trade Networks, Consumption and Cultural Exchanges in Macau and Marseille (1680-1840)”. Este investigador es discípulo de B. Yun, director, en el Instituto Universitario Europeo de Florencia, de su Tesis doctoral, publicada con el título *Vicarious consumers. Trans-National Meetings between the West and East in the Mediterranean World, 1730-1808*, Farnham, Ashgate, 2013. Pérez García, Profesor en la Renmin University of China, es fundador de la *Global History Network*, que agrupa a expertos a nivel mundial.

Sobre los planteamientos y las perspectivas desde las que se aborda la *Global History* véanse B. Yun Casalilla, “‘Localism’, global history and transnational history. A reflection from the historian of early modern history”, *Historik Tidshrift*, 127-4 (2007), pp. 668-672; *Idem*, “The History of Consumption of Early Modern History in a Trans-Atlantic Perspective. Some New Challenges in European Social History”, en V. Hyden-Hanscho, R. Pieper y W. Stangl (eds.), *Cultural Exchange...*, pp. 25-40; J. L. Gasch Tomás, “Textiles asiáticos...”; *Idem*, “Globalisation, Market Formation and Commoditisation in the Spanish Empire. Consumer demand for Asian Goods in Mexico City and Seville, c. 1571-1630”, *Revista de Historia Económica*, 32-2 (2014), pp. 189-221; B. Aram, “Global Goods and the Spanish Empire, 1492-1824” y B. Yun-Casalilla, “The Spanish Empire, Globalization, and Cross-Cultural Consumption in a World Context, c. 1400-c. 1750”, en *idem* (eds.), *Global Goods...*, pp. 1-13 y 277-306, respectivamente; M. Pérez García, *Vicarious consumers...*; *Idem*, “‘Re-orientando’ historias nacionales: los nuevos retos de la historia global en el mundo académico chino”, *Orientando. Temas de Asia Oriental. Sociedad, Cultura y Economía*, 7-4 (2014), pp. 39-64; *Idem*, “Toward a ‘Greater Divergence’?: Sino-European trade networks and ‘global consumers’ in Macau and Marseille (18th-19th Centuries)”, *Journal of Maritime History*, 8 (2015); *Idem*, “Circulación de bienes en el Mediterráneo occidental a través de una perspectiva transnacional: el consumo de textiles a través de las relaciones comerciales entre Francia y España (1740-1756)”, en F. Chacón Jiménez y C. J. Gómez Carrasco (ed. y coord.), *Familia, recursos humanos...*, pp. 73-95; *Idem*, “Mercados globales de la América española: el comercio de lana vicuña y ‘grana’ cochinilla en el siglo XVIII”, *América Latina en la Historia Económica*, 23-1 (2016), pp. 184-222. Aunque no se aborda el caso español, las conexiones e intermediación euro-asiáticas relativas al textil se hallan también presentes en el trabajo de O. Raveaux, “La mode des indiannes à Marseille à travers la consommation des couvertures de lit et des robes de chambre (1664-1693)”, en N. Marty y A. Escudero (eds.), *Consommateurs et consommation...*, pp. 79-102.

macro—. Aplastado por la moral comunitaria –tradición–, renunciaba, como consumidor, a ser un individuo ejerciente de una moral autónoma –modernidad–. La Historia Social del Consumo ha conocido un proceso de construcción, cuyas líneas de fuerza, con vocación “arqueológica”, he pretendido trazar en mi estudio; un proceso que, a golpe de preguntas, de objeciones y de miradas penetrantes, fue exigiendo análisis de variables multidisciplinares, revelando la complejidad que subyace a aquélla. Fue así como en la historiografía internacional alcanzó, en la década de 1980, un estatuto propio, del que gozará en España década y media después. Actualmente, nuestra historiografía cuenta con investigadores, bien como integrantes de proyectos, bien dirigiéndolos, que han ido dando respuesta a problemas que ha venido planteando, sobre todo, la historiografía anglosajona. Es más, algunos de esos investigadores, en comunión intergeneracional, ocupan hoy un lugar preeminente en el panorama historiográfico internacional en cuanto al planteamiento de nuevos problemas y a su resolución en el marco de una nueva escala espacial de análisis, más allá de la nacional, desde la que observar la Historia Social del Consumo.⁶²

Tan sólo me queda manifestar mi deseo de que los materiales que proporciono en este estudio, fugitivo de atisbo alguno de exhaustividad, puedan dar cuenta de cómo se ha llegado hasta el hoy del conocimiento de esa Historia y puedan servir a modo de guía a quienes decidan ensancharlo.

⁶² Ya en 2011, en su “Prólogo” a *Comprar, vender...*, B. Yun reivindicaba esa nueva escala de análisis: “Y, lo que me parece más importante, este libro supone un avance importantísimo por su contribución a llenar lagunas geográficas y por su interés al cubrir espacios que hasta hace poco nos eran desconocidos. Ello no sólo porque creo que a partir de estos trabajos nos aproximamos mucho más a la reconstrucción del mapa de la historia del consumo, de la comercialización y de los patrones de vida en la España moderna. Lo digo también porque, como dejó claro Clunas en su aguda crítica a los libros de Brewer y, sobre todo, a la visión excesivamente anglosajona de la historia del consumo, la ampliación geográfica de nuestra investigación es el único método de contrarrestar generalizaciones peligrosas que han llevado incluso a comparar Europa con Asia, como si de ambas tuviéramos muestras suficientes y como si ese ejercicio no diera lugar a la extrapolación abusiva de procesos a ámbitos que prácticamente han permanecido fuera de nuestra mira durante décadas. Este libro hace más posible la escritura hoy de una historia del consumo en la Península Ibérica y, por tanto, en el continente europeo. Una escritura que pasa por revisar muchas de las asunciones que tenemos hace quince (o veinte) años”, p. 14.