

territorio formal del imperio, que escapan a las directrices institucionales y que violan las leyes del monopolio o de la prohibición. Así lo demuestran los estudios de caso referidos en cada uno de los ensayos: por ejemplo, a la movilidad de los misioneros jesuitas, a los comerciantes sefardíes, a los trabajadores africanos o los campesinos de Oaxaca, de Santo Domingo, hasta los que vivían en el Piamonte.

Global Goods es un enfoque hispánico con vistas a comprender agentes, circuitos, mercaderías y consumidores que participan en la historia global. Pero también resulta una invitación para repensar abordajes y perspectivas sobre el estudio de la historia atlántica y de la historia del consumo. Lejos de ser una integración armónica y lineal, la movilidad transatlántica de ideas y bienes sufrió un alto grado de resistencia social y cultural, en un juego asimétrico y a veces violento de aceptación, rechazo o adaptación. El libro ofrece una original interpretación sobre las resistencias, los obstáculos, los cambios y los conflictos que origina la circulación de productos iberoamericanos en los mercados europeos. La existencia de una fuerte resistencia al cambio, a la innovación o a lo novedoso. Lo que se trataría es de adecuar los «nuevos» productos a las prácticas conservadoras de los consumidores. Unas de las aportaciones más originales de la obra se refieren a las lógicas y los mecanismos que hacen a la globalización. Más que un progresismo en continuo ascenso para llegar a la perfección del ideal occidental, la globalización tuvo elementos de conflicto, resistencia y adecuación sobre un mapa planetario colmado de diversidad social y cultural.

Por otro lado, la decisión de los editores de publicar estudios sobre la historia iberoamericana e hispana en idioma anglosajón merece destacarse. Podría interpretarse como una atrevida, pero muy válida y necesaria, voluntad por incorporar el enfoque hispánico a la historiografía global y/o atlántica; corrientes interpretativas que aún hoy siguen sufriendo de injustificadas posiciones eurocéntricas o lo que en el libro aparece con el término *north-amerocentrism*. El profesor Bethany Aram, uno de los editores, señala en la introducción que el descuido historiográfico sobre el papel del espacio ibérico en el proceso globalizador se explicaría porque muchos de los colegas ocupados en la materia tienen su inscripción institucional en universidades norteamericanas, espacios académicos de gran disponibilidad financiera que moldearon el *que-hacer* de la historia global. La obra es una llamada a rescatar de cierto olvido el papel que jugaron los agentes y productos iberoamericanos en la constitución de la cultura material europea. Sin embargo, vale objetar que *Global Goods* no abandona la visión atlántica-europea de la globalización. Un caso expresivo del hecho es que solo un trabajo de la compilación se ocupa colateralmente del Pacífico imperial, al rastrear la circulación y el consumo de los bienes asiáticos.

Global Goods no representa una mera recopilación de ensayos que se preocupa por concretar un producto editorial. Más bien es una fina elaboración intelectual, una suerte de fruto maduro resultado de discusiones y debates celebrados en reuniones y congresos previos. Si bien cada ensayo goza de una metodología y una perspectiva de estudio independiente, los editores han logrado agruparlos en 3 grandes apartados, otorgándoles un atinado hilo conductor temático. La primera parte, «Cultural and Intellectual Constraints» consta de 5 ensayos. Allí se trata de las limitaciones culturales e intelectuales que condicionaron la aceptación en la transferencia de ideas y productos americanos por los círculos mercantiles y sociales de Europa. Nunca se abandona la premisa general del libro de recordar que la movilización global de los productos no fue armoniosa, lineal ni aceptada automáticamente. El conflicto y el rechazo fueron fenómenos muy presentes en la transferencia transatlántica. En la segunda parte, titulada «The Social Use of Things», se presentan 4 ensayos que, en líneas generales, continúan con esa gran problemática haciendo hincapié sobre los modos de rechazo, aceptación y transformación de los productos por parte de precisas áreas y sectores sociales (de elite) consumidoras de Europa. La tercera parte, «Connected and Contrasting Societies», está integrada por 4 ensayos en los cuales se pone el acento en los procesos de asimetría y oposición entre las sociedades de ambos lados del Atlántico que generaba el movimiento de los bienes. Los editores han tomado la decisión de inaugurar y culminar la obra con 2 excelentes ensayos. El primero, a cargo de Bethany Aram, expone el estado del arte en que se encuentra la historia global, la historia atlántica y la historia del consumo, como así también las prometedoras líneas de investigación que se abren cuando se incorpora el imperio ibérico en el juego global. Por su parte, Bartolomé Yun-Casalilla cierra la compilación con una suerte de balance, reflexiones y conclusiones sobre la historia del consumo que se desprenden de la lectura de los ensayos de la obra.

Si bien no debemos demandar más de lo que se desea ofrecer, valdría una observación. *Global Goods* no logra escapar de la tradicional perspectiva transatlántica de la globalización, pues omite el protagonismo de Hispanoamérica como mercado consumidor en el movimiento planetario de los productos. La América hispana es presentada exclusivamente como proveedora de productos hacia Europa, cuando sabemos que su función y protagonismo en la globalización moderna fue mucho más complejo y rico.

Mariano Bonialian

El Colegio de México, Ciudad de México, D. F., México

<http://dx.doi.org/10.1016/j.ihe.2015.11.002>

Ina Baghdiantz McCabe. A History of Global Consumption 1500-1800. London and New York, Routledge, 2015, 314 págs., ISBN: 978-0-415-50792-9.

El interés por la redescubierta historia global está generando un número considerable de publicaciones y favoreciendo la renovación de la oferta docente, dada la enorme ventaja que encierra esta línea de estudio al incidir en enfoques multidisciplinares y visiones amplias de los procesos, tanto cronológica como geográficamente. Ina Baghdiantz es profesora en la Tufts University, donde lleva impartiendo desde 1998 diversas asignaturas relacionadas con la historia del consumo. Este volumen responde precisamente a su labor docente, no en vano la dedicatoria está dirigida a sus estudiantes, y se intuye que la idea del libro se gestó tras la impartición del curso «Consumption, power and identity: History of food and

clothing». Como todo texto con afán de manual universitario no es comparable con un libro de investigación propiamente dicho y ha de valorarse por su finalidad: visión general de la materia, claridad explicativa, servir de volumen de referencia al que acudir cuando se quiera profundizar y, por supuesto, despertar interés y reflexión en el estudiante. En este sentido, este volumen cumple con estas premisas.

El hilo conductor es el impacto que bebidas excitantes (té, cacao, café), edulcorantes (azúcar de caña) o drogas como el tabaco y el opio entre otros productos, como textiles, pieles o porcelanas, tuvieron en los mercados europeos y asiáticos. En Europa se incide especialmente en Francia, Inglaterra, Provincias Unidas e Imperio Otomano, y en el caso de Asia en China, Japón e India. Otras zonas (Sur de Europa, Rusia, América, África) están presentes, pero con menor énfasis en el discurso.

El libro está estructurado en ocho capítulos, cada uno de los cuales concluye con una serie de preguntas a modo de pregunta-síntesis-test de comprensión. Las referencias bibliográficas son, sobre todo, obras y artículos básicos que todo estudiante debería leer si quiere iniciarse en la ardua tarea que conlleva el ensamblaje de todas las piezas que componen la evolución del consumo en los siglos XVII y XVIII, y su impacto a escala mundial. Es cierto que la bibliografía es en su mayoría anglosajona, y se podría achacar al libro que cada capítulo es en realidad un resumen de la bibliografía empleada. Si cotejamos las notas a pie de página, así se deduce. Pero a mi juicio, esa es precisamente la finalidad de un manual, sintetizar las ideas primordiales y debates existentes. En este sentido la autora ha sido honesta. Es más, así como en la introducción se ofrece una breve recopilación de las principales teorías sobre consumo desde diversas disciplinas (Norbert Elias, Pierre Bourdieu, Jean Braudillard, Thorstein Veblen, Neil McKendrick, John Brewer, J.H. Plumb, Ferdinand Braudel, Daniel Roche, Werner Sombart, Max Weber, Mary Douglass, Baron Isherwood, Clifford Geertz, Jan de Vries. . .), se echa en falta un último capítulo compilador que ofrezca la propia reflexión de la autora sobre el proceso que tuvo lugar antes de 1850, que lance preguntas abiertas y/o sugiera líneas de investigación a los discentes, posibles investigadores.

El libro muestra el proceso, a veces simplificado o sesgado por países, de consolidación del consumo de ciertos productos en las diversas sociedades. A lo largo de los sucesivos capítulos se ofrecen pinceladas de todos los temas relacionados con esta transformación, así como de los agentes implicados, de forma que un entramado de ideas va subyaciendo de la lectura propiciando la reflexión.

Se hace, por ejemplo, de forma acertada, mención al papel de los botánicos y los jardines botánicos, primeros laboratorios experimentales donde aclimatar las plantas y flores halladas, pero también a la paulatina europeización de los productos orientales como el café, que llegó a ser considerado un producto típicamente francés por los suecos (p. 203). La rápida adaptación de plantas americanas como la batata, el maíz, la yuca o el cacahuete tuvieron una gran acogida en China al requerir menos agua para su cultivo, incidiendo sobre la dieta. En Europa, los médicos dedicaron buena parte de su tiempo a clasificar los recién descubiertos alimentos y animales, como el pavo, según criterios de la pirámide alimenticia de Galeno hasta el siglo XVII cuando esta distribución de la comida fue abandonada a medida que afloraban los beneficios de las nuevas viandas. El maíz y la patata, por ejemplo, acabaron consolidándose en el agro europeo en su calidad de productos «anti famine» (p. 91) al igual que las no menos importantes alubias.

La descripción del origen y proliferación de estos y otros productos se complementa con un análisis del propio concepto de moda y de lujo, de su significado en diferentes culturas, y de su vinculación con la posición social, indisoluble del acto de consumir. La cultura material y su relación con los cambios en la higiene, y en la propia configuración de los hogares y el concepto de bienestar también están presentes (p. 173). Los tejidos como artículos de lujo

sirven a la autora para destacar la importancia de los «hacedores de moda», de las «it-girl» del pasado, como lo fueron las reinas y amantes de los reyes, pero también del papel de las muñecas como modelos y muestrarios de las nuevas tendencias, o la aparición de las primeras revistas de moda –Le Merchant Galant– en Francia. Moda unida a la moral o, mejor dicho, a la justificación moral de ciertos actos relacionados con el consumo (leyes suntuarias, festividades religiosas y ayuno. . .). No en vano el impacto que las importaciones exóticas tuvieron sobre la actividad económica avivó el debate entre mercantilismo y librecambio, y cuestionó la siempre aclamada protección de la industria nacional por parte de los productores, que pronto entendieron cuán lucrativo era copiar e imitar. Comercio y finanzas están asimismo presentes, no solo a través del afianzamiento de las redes de comerciantes sino de los éxitos y fracasos, como acaeció con la tulipomanía en las Provincias Unidas (p. 158), pero también en el Imperio Otomano y la llamada Tulip Era (1718-1730) con su consiguiente crisis.

Ina Baghdiantz McCabe trata sin duda de acercarse al consumo ofreciendo una visión objetiva, todo lo objetivo que un historiador puede ser, a través de diversas aproximaciones y teorías vigentes, aunque dejando entrever su postura: las dinámicas de consumo se transforman como respuesta a los cambios en los ingresos, y en el gusto en todas las regiones del mundo. En el debate sobre la divergencia/convergencia, como especialista en orientalismo y diásporas, se inclina por la escuela de California (Pomeranz, R. Bin Wong o Gunder Frank. . .) al considerar de forma muy positiva que esta haya cuestionado el consumismo como un fenómeno puramente europeo, en el que Europa y Asia quedaban relegadas a cumplir meros papeles estancos en lugar de reconocer las mutuas influencias, y el efecto lanzadera de los intercambios. El afán por recabar información, objetos, vegetales, etc. sentó uno de los pilares de la llamada globalización. Así, regalar y coleccionar lo exótico, lo ajeno, formaba parte de los intercambios comerciales y de la propia política imperial.

En resumidas cuentas, este libro permite reflexionar sobre la historia económica de la Edad Moderna, a través del hilo conductor del consumo. Consumo que se analiza como un proceso socio-económico, pero también cultural y transnacional, en el que cada grupo social interpreta los objetos y le otorga un significado particular. Sin duda, un texto atractivo para un alumno. En los nuevos planes de estudio que se avecinan no estaría de más tomar nota de cómo se renuevan los temarios, llámese consumo, innovación, violencia organizada, turismo, energía, convergencia. . . o lo que a cada uno más le apasione para explicar, cuando menos, la realidad pasada y presente y, con ello, tal vez aventurar una futura.

Nadia Fernández-de-Pinedo

Universidad Autónoma de Madrid, Madrid, España

<http://dx.doi.org/10.1016/j.ihe.2015.11.003>

Michael D. Bordo and Ronald MacDonald (Eds.). *Credibility and the International Monetary Regime: A Historical Perspective*. New York, Cambridge University Press, 2012, 240 págs., ISBN: 978-0-521-81133-0.

The editors have succeeded in putting together a collection of state-of-the-art studies dealing with exchange rate regimes; thus, the book addresses a compelling set of questions and provides a reference point for comparative studies. On top of its important

contributions, outlined further below, it also proposes new avenues for future research.

The important innovation encapsulated in the volume consists in expanding on the target zone theory developed by Krugman and others in the late 1980s. This theory explains the sustainability of fixed exchange rate regimes not only by economic fundamentals or interest rate differentials but also by traders' beliefs regarding the (long-run) sustainability of bilateral exchange rate pegged to a fixed value in gold. The theory offers the great advantage of being