

Reseña

Nicolas Marty, Antonio Escudero (eds). *Consommateurs et consommation, XVII-XXI siècle. Regards franco-espagnols*. Perpignan, Presses Universitaires de Perpignan/ Publicacions Universitat d'Alacant, 2015, 336 págs., ISBN: 978-2-35412-248-5.

El Comité Franco-Español de Historia Económica reúne en este volumen las contribuciones presentadas a su III Encuentro, celebrado en Perpignan en abril de 2014. Destacados historiadores económicos de ambos países reflexionan sobre la evolución de los modelos de consumo, y sus protagonistas, desde el siglo XVII hasta la actualidad. Son doce trabajos, elaborados a partir de un amplio y variado elenco de fuentes, que aportan elementos clave para comprender algunos de los grandes cambios socioeconómicos registrados durante las etapas moderna y contemporánea. Asumen todos ellos que el ingreso monetario no es sinónimo de bienestar, por lo que utilizan indicadores complementarios como el índice de desarrollo humano o la estatura media. Analizan variadas vías de comercialización, financiación, publicidad y *marketing*. Y tienen en cuenta aspectos tan difíciles de cuantificar como los gustos, las modas, y los deseos de emulación y ascenso social. En definitiva, evidencian la gran heterogeneidad y complejidad de la historia del consumo y los consumidores, que ha de ser abordada desde una perspectiva multidisciplinar y debe combinar conceptos emanados de la economía, la historia, la geografía, la cultura, la sociología, el derecho, el medio ambiente y otras disciplinas. El registro de divergencias regionales y temporales, así como la existencia de una gran masa de población ignorada o poco visible en las fuentes, han hecho difícil la generalización y favorecido los estudios de caso, más o menos localizados espacial y/o cronológicamente.

Belén Moreno repasa, a partir de inventarios *postmortem*, las pautas de consumo de la España preindustrial, insistiendo en el papel del consumo como potenciador de las desigualdades socioeconómicas: el incremento del gasto en bienes nuevos y de lujo se concentró en las familias urbanas, en su mayoría dotadas de patrimonio inmobiliario, negocios comerciales y un cierto nivel cultural. Fernando Ramos utiliza también los inventarios *postmortem*, en concreto los de la provincia de Palencia entre 1750 y 1850, para examinar la relación entre los colores de las prendas de vestir y la posición social de sus propietarios. Nos descubre que el morado-malva y el gris eran los colores más frecuentemente elegidos por las clases acomodadas, mientras que el azul y el negro dominaban en la indumentaria de los más pobres. Los inventarios *postmortem* son asimismo la fuente elegida por Olivier Raveux para analizar la difusión de indianas (mantas y batas de algodón profusamente decoradas) en Marsella en el último tercio del siglo XVII. Este estudio de caso revela que el éxito de la moda

textil asiática en la Europa preindustrial pasó por varias fases: la importación masiva a través de la English East India Company, la adaptación por artesanos locales a los gustos occidentales (motivos florales sobre fondo blanco) y la creación de una industria propia que, por imitación o perfeccionamiento, fabricó telas destinadas al mercado mediterráneo (Francia, España, Italia). Philippe Meyzie profundiza en el funcionamiento de los mercados alimentarios en la Francia preindustrial, sacando a la luz la diversidad del consumo entre las clases altas (de productos de lujo a bienes ordinarios) y la coexistencia de circuitos comerciales oficiales y extraoficiales. Insiste, por ello, en la necesidad de estudiar toda la cadena agroalimentaria, desde la producción al consumo, y adoptar enfoques multidisciplinares con amplia trayectoria espacial y temporal. Fabrice Poncet explota una fuente infrautilizada por la historiografía a pesar de su potencial: las cartas de porte, documentos notariales que acompañaban a las mercancías en sus trayectos comerciales. El examen de más de 23 000 actas relacionadas con la expedición de mantequilla de Gournay a París entre 1757 y 1769 conduce al autor a desvelar los principales expedidores, destinatarios y periodos de consumo de este producto. Antonio Escudero, José Joaquín García Gómez y Pedro Pérez Castroviejo firman un capítulo sobre la evolución del consumo obrero en los distritos industriales de Vizcaya y Alcoy durante la segunda mitad del siglo XIX. Se basan en tres indicadores: salarios reales, presupuestos familiares y dieta alimentaria. Concluyen que el nivel de vida de los trabajadores de ambas zonas se deterioró durante el último tercio del siglo XIX y mejoró entrado el siglo XX (en gran medida gracias a la intervención del Estado), reflejándose en el aumento de los salarios reales, la esperanza de vida, el consumo de alimentos, la estatura media y el índice de desarrollo humano. Marie Gillet se sirve tanto de inventarios *postmortem* como de anuncios de prensa para analizar los procedimientos utilizados por los comerciantes de Beçanson a la hora de ganar clientela. Influidos por los grandes almacenes de París (Bon Marché, Bazar Parisien), y enfrentándose a menudo a las resistencias de grupos tradicionales contrarios a toda forma de progreso, diversificaron la oferta, marcaron precios fijos, embellecieron interiores, publicaron anuncios y brindaron facilidades financieras, entre otras prácticas características de la sociedad de consumo. Anaïs Albert compara, en un capítulo especialmente ameno y sugerente, las prácticas comerciales de dos almacenes de venta a crédito emplazados en el distrito XVIII del París de la *Belle Époque*: el Palais de la Nouveauté, dirigido por Georges Dufayel, y Aux Enfants de la Chapelle, fundado por Jacques Haguenaer. El público de ambos establecimientos, hoy desaparecidos, se nutría de las mismas clases populares parisinas, pero Dufayel desarrolló una estrategia más ambiciosa y agresiva: ensalzó la novedad, fundó sucursales y cuidó la publicidad. Su objetivo era mostrar el consumo como una vía de ascenso y

diferenciación social, ofreciendo a los clientes un espejo en el que contemplarse como pequeños burgueses. Haguenaer, por el contrario, adoptó una vía más conservadora, siguiendo la estrategia de potenciar la identidad de la clase obrera. La campaña francesa de finales del *xix* es el objeto de estudio de Jean Claude Daumas, que defiende la pervivencia, hasta después de la II Guerra Mundial, de una cultura dual en la que convivieron el autoconsumo y el consumo de productos comprados en tiendas. El servicio militar, la escuela y la prensa favorecieron la expansión de los modelos urbanos en el campo. Poco a poco, los pequeños campesinos y obreros agrícolas accedieron, de forma desigual eso sí, a nuevos productos antes reservados a minorías: hábitats más espaciosos, limpios y confortables, alimentación más rica y variada y textiles de mejor calidad.

Roser Nicolau y Josep Pujol-Andreu utilizan una encuesta del Instituto de Reformas Sociales de 1910 para elaborar un índice de precios de alimentos para cada una de las provincias españolas. Valiéndose de un vasto aparato cuantitativo y cartográfico, observan importantes diferencias interregionales en la estructura y las variaciones de precios. Las regiones con una dieta más variada y rica en productos animales (leche, huevos, carne, pescado) registraron niveles más bajos de morbilidad y mortalidad, sobre todo en los grupos poblacionales de jóvenes, madres y enfermos. En resumidas cuentas, la especialización agraria y la posibilidad de acceso a las redes de transporte y alimentación influyeron más que la renta en la evolución positiva del binomio consumo-salud. El artículo de Jordi Maluquer de Motes sorprende gratamente con una historia comparada, la de la evolución del consumo privado en España y Francia entre 1950 y 2013. El análisis de las series históricas de la Contabilidad Nacional de ambos países (según la metodología SEC-95) lleva al autor a establecer las siguientes conclusiones: una mayor estabilidad del gasto real en los hogares franceses, el registro de altas y bajas más pronunciadas en las series españolas y la existencia en Francia de bases de datos más sofisticadas y diversas. Profundiza también su trabajo en la convergencia de la política económica española con la francesa a lo largo del siglo *xx*, si bien pasa por alto prácticamente todas las investigaciones que han tratado las relaciones bilaterales y comparado sus políticas económicas.

Josep Bernabeu-Mestre, María Eugenia Galiana-Sánchez y Eva María Trescastro-López analizan, basándose esencialmen-

te en publicaciones de profesionales sanitarios, el impacto que sobre la salud de la población española han tenido los cambios en los hábitos de consumo alimentario. En la década de 1960, con varios años de retraso respecto al resto de Europa Occidental, se superaron al fin los problemas crónicos de desnutrición y malnutrición por la ingesta insuficiente de proteínas animales. Pero a partir de los años 1980 se consolidaron hábitos alimenticios poco saludables: las dietas hipercalóricas y la sobrealimentación (mayor consumo de alimentos ricos en calorías, grasas saturadas y azúcares), que junto al estrés, el sedentarismo y la caída de la actividad física han provocado un sensible incremento de la obesidad y de problemas de salud como la diabetes, determinados tipos de cáncer y enfermedades cardiovasculares.

Las contribuciones reunidas en este libro, todas de calidad, aunque no todas novedosas, aportan valiosos balances históricos e historiográficos sobre la evolución de los modelos de consumo en Francia y en España desde el Antiguo Régimen hasta el siglo *xxi*. Recuperan y actualizan el debate tradicional sobre los niveles de vida, arrojan luz sobre numerosos procesos y sus protagonistas, y nos ayudan a comprender más y mejor la conformación de los modelos de consumo recientes. Nos alegramos de que el Comité Franco-Español de Historia Económica siga trabajando en la búsqueda de espacios de encuentro para los investigadores de ambos lados de la frontera, a partir de la organización de coloquios y publicaciones en torno a un tema. No obstante, lamentamos otra vez la exigüidad de los ejercicios de historia comparada y de historia de las relaciones bilaterales, como también la escasez de referencias, por parte de españoles y franceses, a lo que ha sucedido, está siendo debatido o ha sido editado en el país vecino. Los encuentros del Comité Franco-Español de Historia Económica deberían, a mi entender, trascender los ámbitos nacionales de conocimiento para abordar la historia y la historiografía *bilaterales*, y reemplazar la mera yuxtaposición de reflexiones individuales por una verdadera reflexión *conjunta*, con lo que se acomodarían, de manera más fiel, al subtítulo elegido de *Regards franco-espagnols*.

Esther M. Sánchez Sánchez
Universidad de Salamanca

<https://doi.org/10.33231/j.ihe.2020.01.011>