

Daniel Muñoz Navarro, ed.

COMPRAR, VENDER Y CONSUMIR

*Nuevas aportaciones a la historia del consumo
en la España moderna*



PUV

COMPRAR, VENDER Y CONSUMIR

NUEVAS APORTACIONES A LA
HISTORIA DEL
CONSUMO EN LA ESPAÑA MODERNA

Daniel Muñoz Navarro
(ed.)

UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

La edición de este libro ha contado con una ayuda económica del Departament d'Història Moderna de la Universitat de València.

*Esta publicación no puede ser reproducida, ni total ni parcialmente,
ni registrada en, o transmitida por, un sistema de recuperación de información,
de ninguna forma ni por ningún medio, sea fotomecánico, fotoquímico,
electrónico, por fotocopia o por cualquier otro, sin el permiso de la editorial.*

*Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org)
si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.*

© Del texto, los autores, 2011

© De esta edición: Publicacions de la Universitat de València, 2011

Publicacions de la Universitat de València

<http://puv.uv.es>
publicacions@uv.es

Ilustración de la cubierta: *El mercado* (ca. 1850), Imp.^{te} de F. Chardon ainé 30 r.

Hautefeuille. Paris. Rouargue sculp.

Diseño de la cubierta: Celso Hernández de la Figuera

Realización ePub: produccioneditorial.com

ISBN: 978-84-370-8063-5

ÍNDICE

PORTADA

PORTADA INTERIOR

CRÉDITOS

PRÓLOGO. *Bartolomé Yun Casalilla*

INTRODUCCIÓN. *Daniel Muñoz Navarro*

PROPUESTAS METODOLÓGICAS

NOTAS METODOLÓGICAS SOBRE LA UTILIZACIÓN DE LOS INVENTARIOS POST-MORTEM: CLASIFICACIÓN DE BIENES DE CONSUMO , BASES DE DATOS E IMPACTO DE CRÉDITOS Y DEUDAS, 1750-1850. *Fernando Carlos Ramos Palencia*

REDES MERCANTILES Y
COMERCIALIZACIÓN

LOS TEXTILES DE LOS GALEONES DE MANILA. NOTAS PARA LA HISTORIA DEL CONSUMO A LA LUZ DE LA NUEVA

HISTORIA TRANS-«NACIONAL». *José Luis Gasch Tomás*

CAMBIOS EN EL CONSUMO TEXTIL EN LA ESPAÑA DEL SIGLO XVII: EL AUGE DEL LINO Y EL ALGODÓN. *Andrés Bibiloni Amengual*

ESPACIOS DE CONSUMO EN LA VALENCIA PREINDUSTRIAL. NOTAS PARA UNA HISTORIA DE LA COMERCIALIZACIÓN EN LA ESPAÑA MODERNA. *Daniel Muñoz Navarro*

CONSUMO, CULTURA MATERIAL Y NIVELES DE VIDA

TUTORÍAS Y CUENTAS DE GASTOS DE MENORES: CONSUMOS JUVENILES DIFERENCIADOS EN LA CASTILLA DE ANTIGUO RÉGIMEN. *Máximo García Fernández*

GREMIOS Y EVOLUCIÓN DE LAS PAUTAS DE CONSUMO EN EL SIGLO XVIII: LA INDUSTRIA ARTESANAL DEL CHOCOLATE. *Irene Fattacciu*

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. *Luis Miguel Rosado
Calatayud*

EN LOS MÁRGENES DE LA CIUDAD:
INDUMENTARIA Y CONSUMO EN
L'HORTA DE VALENCIA. TORRENT EN
EL SIGLO XVIII. *María Cantos Fagoaga*

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). *Juan Manuel
Bartolomé Bartolomé*

PRÓLOGO

Pocos placeres más gratos puede tener un académico que el de ver que una generación de investigadores distinta a la suya se ocupen de los temas que hace años le llamaron la atención. Esa es ya una razón suficiente para agradecer a Daniel Muñoz la oportunidad que me da de prologar este libro. Cuando hace ahora más de quince años, Jaime Torras y yo decidimos poner en marcha sendos equipos de investigación en Barcelona y en Valladolid, no estábamos aportando en realidad nada nuevo al saber histórico. Tampoco es que no hubiera ningún estudio al respecto. Simplemente nos limitábamos a intentar abrir en España una línea de investigación que contaba ya con cierta tradición, aunque no fuera en realidad algo tan consolidado como lo es hoy, más allá de nuestras fronteras; y, en particular, en Francia y en Inglaterra.

Desde entonces, el desarrollo de la historia del consumo, de la cultura material y de los niveles de vida ha sido más que notorio. Los volúmenes producidos por sendos grupos de investigación se movieron en realidad en el campo de la historia económica, si bien, ya para entonces, la historia del consumo había caminado también en otras direcciones como la de la historia de la sociabilidad, la formación de identidades, etc. Como me hizo notar un amigo crítico, esa hubiera sido otra de las líneas posibles entonces; una línea que, si bien estaba presente en aquellos trabajos, quizás se pudiera haber desarrollado con más solidez, según él. No pude estar más de acuerdo entonces y no puedo estarlo más ahora, a la vista también de este grupo de trabajos, que desplazan ya el interés en esa dirección de forma muy

clara. En todo caso, nosotros éramos historiadores de la economía y era esto lo que nos interesaba.

Lo cierto es que ya en la primera de esas publicaciones, la que, no sé si merecidamente, ha servido de pretexto a la edición de este volumen, se planteaban cuestiones que hoy parecen haberse consolidado. Cuando se hablaba de poner sobre el tapete las ideas de McKendrick y otros y de ver la historia económica por el lado de la demanda y el consumo, se hablaba precisamente de esto: de 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 de las visiones del marxismo vulgar y del economicismo liberal). Ese giro se ha consolidado, sin duda. Por una parte, la crisis que a mi modo de ver ha atravesado la historia económica (y de la que, según yo lo veo al menos, ha salido más que fortalecida), ha reforzado aún más esa perspectiva. Me atrevería a decir algo más: la historia del consumo ha sido una de las causas de esa crisis y, al mismo tiempo, de la fortaleza que hoy se puede ver en la historia económica. El hecho es obvio a poco que se mire la lista de temas tratados en los congresos de esta disciplina, sin ir más lejos el coloquio de hace dos años celebrado en Utrecht y entre cuyas sesiones se reconoce, no ya sólo la importancia de este tema, sino, lo que me parece más importante, el peso que la perspectiva cultural y social ha tomado de cara a explicar la economía. Así, la inquietud por el mercado del arte, el interés por los procesos sociales (por ejemplo, la educación y la formación del capital humano) o por los sistemas institucionales (con la enorme importancia que ha tomado el estudio de la economía política) o el énfasis que se pone en el conocimiento científico (o de lo que se ha dado en llamar el conocimiento útil) y su circulación como causas del crecimiento, son un buen ejemplo de importantes

desarrollos en este sentido entre los historiadores. No es que éstos se hayan convertido en historiadores de la cultura o de la sociedad o, menos aún, en historiadores de la ciencia (aunque si los haya que conocen bien la historia de la técnica). Ni falta que hace. Pero sí es evidente que hoy más que nunca saben mirar a todo ello, no como resultado sino como factores que rigen la asignación de factores productivos y la circulación de los productos.

La causa de este cambio de acento no ha estado sólo en los procesos derivados de la historia económica, sino en lo ocurrido fuera de ella. *El cultural turn*, como una derivación, positiva en este caso, del *lingüistic turn* ha hecho que hoy la sociedad no se pueda entender sin la consideración de los procesos culturales y del desarrollo de espacios de sociabilidad en los que los individuos se relacionan entre sí, con sus valores, prejuicios, prácticas sociales e identidades. Al ser esto así, muchos historiadores han cobrado conciencia de que ni la sociedad, ni tampoco la economía, se pueden entender sin la cultura. Como no podía ser de otro modo, ese giro cultural se ha producido también -¡y cómo!- en el campo de la historia del consumo e incluso de los patrones de vida que hoy se asocian a formas diferentes de niveles de vida también. Es más, todo esto estaba ya presente en la historiografía del consumo de principios de los años noventa. Muchos autores, desde Braudel a Roche o a McKendrick y tantos otros, lo que estaban haciendo era llamar la atención sobre la cultura. En cierto modo lo habían hecho también los economistas sobre los que se habían basado y, entre ellos, Veblen, quizás uno de los más importantes. Y llamaban la atención también sobre el componente de irracionalidad económica de los procesos culturales, sobre las modas, sobre la emulación como factor de creación y de contraste de identidades, sobre cómo el gasto y, por tanto, la demanda,

no siempre se derivan de un cálculo coste-beneficio basado sólo en la utilidad económica.

Desde entonces, además, muchas cosas han cambiado en la historia del consumo y de la comercialización a pequeña escala y, por supuesto, en la historia de las formas de vida y la cultura material. El análisis de los componentes culturales e incluso morales de todos esos aspectos de la vida social se ha desarrollado de forma clara. Lo ha hecho además en una dirección que hoy está muy presente, el del estudio de las prácticas sociales de consumo. Hoy a muchos historiadores no les interesa tanto el estudio de lo que se consume o las cantidades consumidas, cuanto el cómo se consume. Y se entiende que las prácticas de consumo, muy ligadas a la sociabilidad y a los espacios sociales del consumo, pueden ser formas de construcción de identidades. De identidades de status y de clase social, de identidades de género, de identidades políticas y culturales, etc. Las prácticas del consumo son parte sustancial de cómo los individuos construyen su yo. En ese sentido, el estudio del consumo e incluso de la comercialización y de los modos de vida, se convierte, no en un objeto en sí mismo, sino en una forma de penetrar en las sociedades a las que se dirige; es una forma de saber cómo se construye la masculinidad o la feminidad, la comunidad política imaginada o la confesión religiosa, etc. Al mismo tiempo, la historia del consumo se ha desarrollado hacia el interés por las transferencias entre espacios de geopolítica cultural diversa. Si al seguir a algunos de los clásicos, como Mckendrick, nos preocuparon la difusión en el seno de cada sociedad de nuevas pautas de consumo y si entonces tuvimos especial interés por los procesos de democratización del consumo entre diversos sectores sociales, olvidando, incluso, la geografía y el componente espacial, hoy lo que prima es el interés por las

líneas horizontales de difusión. Hasta el punto de olvidarse de la estructura social y las relaciones de clase o de grupos sociales en un mismo espacio, la historia del consumo actual se fija sobre todo en las transferencias de pautas de consumo, en la adaptación y adopción por parte de grupos sociales en diversas áreas del planeta de productos o prácticas de consumo o de comercialización procedentes de otras. Como he intentado hacer ver en otro texto, esto es el fruto en cierto modo de la historia “entrecruzada” o de las corrientes similares que, como la historia trans-“nacional”, se preocupan de las transferencias culturales. Y lo es asimismo de la eclosión imparable de la historia global que hoy se entiende no ya sólo (o no tanto) como la historia del planeta, cuanto como la historia de las relaciones entre áreas lejanas del planeta, normalmente situadas en contextos culturales y de civilización muy lejanos o diversos. De ahí precisamente el que los historiadores del consumo y la comercialización como Mintz, Norton, o Clarence Smith se hayan decidido por el estudio de cómo esto ocurre en el caso de productos concretos como el azúcar, el tabaco, el cacao, el café, etc. Es evidente, además, que, si bien es muy difícil analizar las transferencias que dan lugar a cambios en los patrones generales de consumo, es mucho más fácil hacerlo centrándose en alguno de los productos que forman parte de esos patrones y preguntándose por cómo se transfieren esos productos, por cómo se aceptan y a partir de qué valores, por la vida social (por usar el afortunado término de Appadurai) que los individuos dan a las cosas en cada sociedad, por las adaptaciones de éstos a los patrones de sociedades muy distintas, etc.

Todo esto ha implicado algo más: la necesidad de romper con la dicotomía entre oferta y demanda. En realidad esto es algo que tampoco los clásicos habían hecho, si bien es

cierto que hace veinte años se precisaba más de esta distinción, pues se trataba de poner énfasis en un enfoque que había quedado fuera de nuestros parámetros durante siglos, como es la demanda y el componente socio-cultural, a veces incluso irracional, de ésta. Pero lo que es evidente hoy es que oferta y demanda se entienden como algo mucho más entrelazado -con la mediación de valores sociales y de técnicas productivas y contextos institucionales- de lo que se pudiera imaginar. Como es también evidente que hoy el historiador no habla de procesos simples y lineales de ajuste entre ambos, sino de procesos de interrelación, fragmentación y diferenciación que incluso pueden llevar a pensar en la formación de mercados diferentes para un mismo producto.

Y todo esto ha implicado que el historiador se preocupe por la dimensión global de las transferencias de hábitos de consumo y por su impacto local. De hecho, la historia global, pese a los problemas que, como nos ha hecho ver Clunas, plantea en cuanto a las dificultades de comparación ha llevado a que los historiadores se preocupen por el curso a través de distintas civilizaciones de diversos productos, o, más significativo aún, que se empiece a reconocer el carácter intercultural de algunos de ellos; incluso de aquellos que durante mucho tiempo hemos estudiado (y de hecho así lo hacíamos hace veinte años) olvidándonos de esa dimensión, como las indianas, la cerámica asiática y otros bienes.

La consideración de la historia del consumo y de la comercialización desde la perspectiva intercultural ha obligado asimismo a detenerse sobre un hecho aparentemente superfluo pero clave: el proceso por el que un bien se convierte en mercancía. Porque, en efecto, esto no es automático. Ni los españoles del siglo XVI empezaron a fumar tabaco procedente de América y, por tanto, a

comercializarlo porque había una demanda de ello, ni mucho menos, algunos de los productos consumidos por la población original americana e impuestos allí por los conquistadores del siglo XVI formaban parte de sus necesidades. El proceso por el que los bienes (a veces ya mercancías) de una cultura se convierten en mercancía en la otra es hoy clave para entender el diálogo intercultural y, por tanto, la historia del consumo; y tiene mucho que ver, debemos apresurarnos a decir, con las relaciones sociales que se dan en el seno de cada una de ellas y con las prácticas de consumo que se articulan en torno a esos productos. Pero, además, es clave para entender los cambios en los procesos productivos y los modos complejos de ajuste entre demanda y oferta.

Todo ello ha llevado a que algunos estudios hayan debido cambiar el modo de uso de las fuentes e incluso el método. Es obvio, por ejemplo, que para algunos de estos trabajos, los protocolos notariales han dejado de ser “la” fuente por excelencia. Y lo es, asimismo, que el uso que se hace de los inventarios post-mortem ha debido cambiar. Hoy, muchos historiadores no hacen el análisis masivo y clasificatorio de la aparición de productos en los inventarios, que hacíamos (e hicimos) hace veinte años. No es que no tuviera sentido entonces, como alguien se ha atrevido a decir. Lo tenía y aun lo tiene, siempre que reconozcamos las limitaciones de la fuente. Pero sí se da el caso, de que para algunos de estos trabajos, se necesita el uso prioritario de otro tipo de fuentes, un cambio en el modo de uso de éstos (a veces más cualitativo o impresionista), o propuestas estadísticas e incluso econométricas más complicadas.

No es la función de un prólogo comentar los trabajos de un volumen. Ni tampoco es mi deseo, como mero invitado, el hacerlo. Pero me parece que los trabajos presentados aquí son un buen ejemplo de estos progresos. Muchos de

ellos se preocupan por medir el consumo y su composición social y prácticamente todos hacen una aguda crítica documental, cuando no proponen incluso nuevas formas de utilización de los inventarios post-mortem. Ramos nos hace ver la necesidad de nuevos planteamientos metodológicos en el uso de éstos. En los textos de Gasch, Bibiloni, Muñoz y Fattacciu se puede ver con nitidez el carácter global de algunos procesos, así como el complicado ajuste entre oferta y demanda que preside la difusión de nuevos bienes de consumo en una sociedad, tanto por los condicionantes del sistema productivo como por la evolución de los sistemas de venta al por menor. García Fernández, Rosado, Cantos y Bartolomé nos descubren, entre otras muchas cosas, la importancia del consumo en los procesos de formación de identidades de diverso tipo y dimensiones, al tiempo que se ocupan de las formas de consumo de determinados grupos sociales, desde los menores y jóvenes a las mozas casaderas o a los profesionales.

Todos estos trabajos, no sólo muestran, a mi entender, notables progresos, sino que son prueba de una internacionalización de la investigación que era tan sólo incipiente hace diez años. 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 teníamos hace quince (o veinte) años.

Bartolomé Yun Casalilla
En Florencia, a 31 de octubre de 2010.

INTRODUCCIÓN

Allá por el año 1999, hace más de una década, se publicaba el volumen *Consumo, condiciones de vida y comercialización. Cataluña y Castilla, siglos XVII-XIX*, coordinado por Jaume Torras y Bartolomé Yun, una obra que, sin duda, marcó un cambio en la investigación histórica en España y que sigue siendo un referente para la historiografía sobre consumo de nuestro país. La nueva perspectiva, que planteaba un análisis histórico desde el plano de la demanda, supuso una renovación de la historia económica, incorporando nuevos enfoques y metodologías, que contribuyeron a modificar las tesis sobre el fracaso de la industrialización y sobre el proceso de crecimiento económico y modernización social en la España de Antiguo Régimen.

Sin embargo, en los últimos años, se han desarrollado un buen número de estudios que, desde diferentes enfoques de la historia del consumo y tomando una perspectiva más social y cultural, como ya ha apuntado B. Yun en el prólogo, han profundizado en esta línea. Si bien, la labor de los equipos de investigación, dirigidos por Yun y Torras, inicialmente se centraba en unas regiones muy concretas de la monarquía hispánica (Cataluña y determinadas zonas de Castilla), recientemente se han desarrollado aproximaciones regionales (ya finalizadas o todavía en curso) en otras áreas, tales como Valencia, Sevilla, México, Madrid, Murcia o León, entre otras, que han ido formando un tapiz mucho más tupido en torno a la historia del consumo en la España moderna.

Por lo tanto, aprovechando la efeméride, surgió la idea de desarrollar una publicación colectiva, en la que, tomando como referente el mencionado libro, se plasmasen algunos de los avances llevados a cabo en la última década en la historiografía española sobre consumo, así como las perspectivas y nuevas líneas de trabajo que en la actualidad se desarrollan, dentro y fuera de España. Para ello, coordiné un primer encuentro, a fin de poner en contacto y ofrecer un foro común a todo un conjunto de historiadores que han centrado sus trabajos en esta dirección en los últimos años. Éste tuvo lugar en Granada, a comienzos del mes de julio de 2010, en una sesión paralela incluida en la XI Reunión Científica de la Fundación Española de Historia Moderna, bajo el título de *Consumo, condiciones de vida y comercialización (una década después). Nuevos planteamientos de la Historia del Consumo en la España Moderna*.

El resultado de esta primera reunión de trabajo son los textos que se incluyen en esta obra, a través de los cuales podemos obtener una visión coral de los avances y nuevas aportaciones a la historia del consumo y, al mismo tiempo, ofrecer una explicación más compleja y satisfactoria del proceso de crecimiento económico y modernización social en la España de finales de Antiguo Régimen.

En primer lugar, nos centramos en los problemas metodológicos. El trabajo de Fernando Ramos nos introduce de lleno en la vertiente más práctica de la investigación, el análisis de las fuentes documentales (especialmente los inventarios post mortem) y el desafío que supone el tratamiento informático de la documentación, planteando un modelo de clasificación estándar de los bienes duraderos y semiduraderos, que puede servir como base para futuras investigaciones. Esta cuestión es básica para plantear estudios de conjunto sobre

el consumo, que empleen la perspectiva de la historia comparada dentro de la Península Ibérica y, por extensión, en el marco de la historia de Europa. Asimismo, en la segunda parte de su estudio, reflexiona los créditos (a favor o en contra) reflejados en este tipo de documentos y las repercusiones que podían tener sobre el consumo familiar.

A continuación, incluimos una serie de trabajos que, sin abandonar las cuestiones metodológicas e historiográficas, se centran en el análisis de las redes mercantiles y los sistemas de comercialización, los cuales no sólo servían para canalizar el tráfico comercial de determinados productos, sino que además condicionaban la mayor o menor difusión de las nuevas pautas de consumo.

José Luis Gasch trata el comercio de importación de tejidos asiáticos, a través de los galeones de Manila, hacia el mundo hispánico en el tránsito entre los siglos XVI y XVII, comparando la recepción y consumo de estos en dos ciudades, a un lado y otro del Océano Atlántico; México y Sevilla. En su trabajo, plantea un estudio comparativo, a partir del nuevo enfoque de la historia trans-«nacional», especialmente útil para el análisis del consumo de productos importados, buscando las motivaciones profundas que explican la mayor demanda de textiles asiáticos en Nueva España con respecto a la Corona de Castilla. Una investigación todavía en curso, que requiere de la combinación entre lo local y lo global.

Por su parte, el trabajo de Andrés Bibiloni se sirve de los registros fiscales del Reino de Mallorca que reflejan el comercio de importación (*victigal de la mercaderia y dret de contraban*) para analizar los incipientes cambios en el consumo textil en esta región, a partir de las décadas finales del siglo XVII. Tomando este ejemplo concreto, el autor reivindica la nueva oleada de fibras textiles, especialmente de lino y algodón, que comenzaron a inundar

los mercados españoles, evidenciando un cambio en los patrones de consumo de la época; una evolución similar a la que se está produciendo en otras regiones de Europa en una cronología similar.

Mi aportación en este volumen analiza la transformación en los sistemas de comercialización al por menor de géneros textiles en Valencia a lo largo del siglo XVIII. De manera paralela a los cambios en las pautas de consumo de la sociedad valenciana (analizados en otros trabajos de este mismo volumen), se produjo una inherente transformación de los sistemas de venta minorista, favoreciendo la comercialización estable, la botiga de ropas. Un proceso que no es exclusivo, ni mucho menos, de esta ciudad, y que puede ser observado en otros núcleos urbanos de la monarquía hispánica y también de Europa. Unos sistemas de venta adecuados a las nuevas formas de consumo, en los que jugaron un papel clave los comerciantes de origen extranjero (franceses y malteses principalmente), dando lugar a la creación de auténticos espacios de consumo, con una oferta textil heterogénea, diversificada y asequible para amplios sectores sociales en el periodo preindustrial.

Los siguientes trabajos, incluidos en la sección *Consumo, cultura material y niveles de vida*, abordan diferentes aspectos sociales vinculados con la demanda de bienes duraderos y semiduraderos, desde perspectivas de análisis diversas.

Máximo García analiza las posibilidades de una fuente novedosa para la historia del consumo, las tutorías y cuentas de gastos de menores, centrandó su atención sobre el consumo juvenil. A pesar de hallarse en una etapa inicial, este trabajo muestra las posibilidades de estudio que presenta esta documentación a la hora de mejorar nuestro conocimiento sobre la cultura material y los ritmos de

reposición en las áreas rurales de la Castilla de Antiguo Régimen.

Asimismo, Irene Fattacciu analiza la interacción entre demanda y producción, a través del consumo de un producto de lujo, el chocolate, que fue difundiéndose entre amplias capas de la sociedad a lo largo del siglo XVIII. Un proceso que no estuvo exento de tensiones políticas, sociales e institucionales. Para ello, compara el efecto que la difusión de este nuevo consumo tuvo sobre la estructura gremial de Madrid y Barcelona, ciudades en que se crearon sendas corporaciones que regularon esta actividad productiva y comercial.

El resto de artículos se centran en el análisis de la cultura material en determinadas regiones geográficas de la monarquía hispánica, hasta el momento poco analizadas. Luis Rosado aborda la evolución del consumo textil en el medio rural valenciano durante el siglo XVIII, comparando el caso de Sueca, una villa eminentemente agraria, con el de Xàtiva, una ciudad enormemente castigada por la represión borbónica, tras la guerra de Sucesión. Para ello, se sirve de una amplísima muestra de cartas dotales recopiladas en los fondos notariales valencianos, a través de las cuales comprueba las diferencias en los niveles de consumo en el entorno rural valenciano, una región que no se mantuvo ajena a la difusión de las relaciones de mercado y a los cambios en las pautas de consumo.

Por su parte, María Cantos se centra en el estudio de la indumentaria femenina en *L'Horta* de Valencia durante el siglo XVIII, a través del ejemplo de Torrent, una población agraria ubicada en el entorno de la ciudad. Sirviéndose también de la documentación notarial, analiza la difusión del gusto y del consumo suntuario entre diferentes sectores sociales, marcando una división a partir del nivel de riqueza, observando como progresivamente se aprecia una

evolución (que no revolución) de las apariencias y un lento pero constante proceso de democratización del lujo.

Por último, Juan Manuel Bartolomé analiza los patrones de consumo de los diferentes sectores burgueses de la ciudad de León entre 1700 y 1850, prestando especial atención a los contrastes entre riqueza patrimonial y niveles de vida que pueden apreciarse. En este trabajo se profundiza en la práctica consumista de un determinado sector social, distinguiendo diferencias internas. De este modo, obtenemos un conocimiento mucho más complejo y próximo a la realidad de los factores que influían en los patrones de consumo de las familias burguesas de León, en el transcurso del siglo XVIII y la primera mitad del XIX, marcados no tanto por un criterio estrictamente económico, sino más bien social y cultural, como la actividad profesional ejercida por cada uno de ellos.

En conjunto, esta obra pretende dar un nuevo impulso a los estudios sobre consumo en la España moderna, que nos permita superar o, al menos, reducir la brecha historiográfica existente con respecto a otras regiones de Europa. No extenderé más esta introducción, ya que, en mi opinión, estos breves resúmenes que acabo de esbozar desmerecen los trabajos que se insertan a continuación. Únicamente, me tomaré la licencia de agradecer a todos los autores su disponibilidad y trabajo a la hora de acometer esta publicación, que pretende seguir la estela iniciada por Yun y Torras hace ya más de una década. Por último, quería agradecer públicamente al Departament d'Història Moderna de la Universitat de València y, en especial, a su director, Ricardo Franch Benavent, la colaboración prestada en la publicación de esta obra colectiva.

Daniel Muñoz Navarro
Valencia, Noviembre de 2010

PROPUESTAS METODOLÓGICAS

NOTAS METODOLÓGICAS SOBRE LA UTILIZACIÓN DE LOS INVENTARIOS POST-MORTEM: CLASIFICACIÓN DE BIENES DE CONSUMO , BASES DE DATOS E IMPACTO DE CRÉDITOS Y DEUDAS, 1750-1850

Fernando Carlos Ramos Palencia[*]

Universidad Pablo de Olavide de Sevilla

...Changing consumption standards, the increase of population and shifting of individuals from class to class, and a rise in real income, provided a stimulus to the expansion of industry.

Elisabeth Gilboy, 1932. «Demand as a Factor in the Industrial Revolution». En *Facts and Factors in Economic History: Articles by Former Students of Edwin Francis Gay*.

INTRODUCCIÓN

En 1932, Elisabeth Gilboy argüía que la demanda debería jugar un rol importante en las explicaciones sobre los cambios económicos acaecidos durante el siglo XVIII.[1] Posteriormente Joan Thirsk (1978) subrayaba la importancia de las industrias de bienes de consumo durante la Edad Moderna. [2] En 1982, Neil McKendrick señaló que durante el siglo XVIII se produjo en Inglaterra una «Revolución del Consumo» que corrió paralela a la Revolución Industrial.[3]

Desde esa fecha hasta nuestros días la producción historiográfica se ha multiplicado de forma considerable en temas relacionados con la cultura material y las pautas de consumo en las sociedades preindustriales.[4] Las aportaciones posteriores de Jan de Vries (1993, 1994, 2009) en torno al concepto de «Revolución Industrial» vinieron a consolidar la importancia de los cambios en los patrones de consumo.[5] Dicho concepto, definido por Torras como revolución laboriosa, constituye el mecanismo clave para entender la expansión del consumo entre los distintos grupos sociales. Recuérdese en este marco teórico que una revolución industrial se caracteriza por tres elementos: (i) una intensificación del trabajo en los agentes económicos (familias campesinas);[6] (ii) un aumento en la venta, comercialización y distribución de bienes (entendida como un paso previo a la integración de los mercados); y por último, (iii) un incremento en el consumo de bienes.

Con respecto a España, los profesores Torras y Yun editaron en 1999 el libro «Consumo, condiciones de vida y comercialización. Cataluña y Castilla, siglos XVII-XIX». En dicho texto, se analizaron las imbricaciones entre consumo y niveles de vida, patrones de consumo y cultura material, y consumo e industrialización en la Península Ibérica. En la actualidad los estudios disponibles apuntan a que tanto en el Norte de Europa, Europa Central, el Sur de Europa e incluso en ciertos lugares de Asia tuvo lugar una Revolución Industrial e importantes cambios en las pautas de consumo. La historiografía disponible así parece confirmarlo. Así por ejemplo en Alemania y Europa Central, puede consultarse De Vries (2008), Safley (2005), Beck (2003), Maynes (2004) y Ogilvie (2009).[7] En Francia, De Vries (1992) y Maynes (2004).[8] Para el caso italiano sobresalen los estudios de Belfanti y Guisberti (2000) y Pinchera (2006).[9] En Asia, debería consultarse Bayly

(2004) y Pomeranz (2000) para la sociedad china e igualmente Bayly (2004) y Saito (2005) para Japón.[10]

Estas evidencias podrían formar parte de un contexto mucho más complejo donde se insertaría el crecimiento económico preindustrial e incluso smithiano (empleo de recursos ociosos, especialización, división del trabajo, extensión de los mercados y asignación eficiente de los recursos escasos). Sin embargo, en otras regiones, subyace la duda sobre si este aumento de los bienes fue algo excepcional y/o coyuntural. En otras palabras, es posible que se hubieran producido cambios en las pautas de consumo e incluso una revolución laboriosa (industriosa) que no hubiera desembocado en un proceso de crecimiento y desarrollo industrial a largo plazo (Ramos 2003, 2010). [11] Tal como afirmó De Vries (1982), cada día parece más evidente que no todos los caminos del crecimiento económico llevaron a la revolución industrial.[12] En este marco teórico, se debería reflexionar y profundizar desde la óptica del consumo y del concepto de revolución industriosa y/o laboriosa para comprender más satisfactoriamente la evolución a largo plazo de las economías en vías de desarrollo.

Obviamente también existen opiniones mucho más críticas y matizadas sobre el papel del consumo en los inicios de la industrialización. Mokyr matiza esta visión que enfatiza el lado de la demanda y pone en duda que hubiera existido una revolución del consumo previa a la revolución industrial. [13] Según Mokyr los determinantes fundamentales del crecimiento económico se deben buscar en factores de oferta y sobre todo en el cambio y el progreso tecnológico. [14] Al igual que Crafts (1985), insiste en que los avances tecnológicos sin un aumento paralelo en el tamaño del mercado sólo pueden conducir a una disminución de la renta per cápita. En este contexto, es muy factible que

aumente el consumo de alimentos, pero no así el de artículos industriales.[15] Es decir, se estaría matizando la interpretación esgrimida por Boserup (1967) para quien los cambios demográficos impulsaron la adopción de nuevas tecnologías y el progreso económico.[16] En último extremo, Mokyr trata de matizar la expansión de la industrialización a través del consumo. No obstante, Mokyr no niega que la demanda tuviera un papel: la determinación del tamaño relativo de los diversos sectores de la economía. La demanda actuaría como un freno cuando cambios súbitos en el comportamiento de los consumidores generasen costes importantes en la reasignación de recursos e incluso modificasen la distribución de los ingresos y los beneficios. Clark y van der Werf (1998) subrayan que no encuentran pruebas empíricas que atestigüen la existencia de una revolución industrial en Inglaterra entre 1600 y 1850.[17] Voth también matiza la existencia de una revolución industrial y, en todo caso, los cambios en el consumo se produjeron en el periodo comprendido entre 1760 y 1830. [18] Clark y van der Werf (1998) estiman que el incremento de los días trabajados por año durante este periodo por parte de los jornaleros agrícolas sólo aumentó un 10%. [19] Hacia 1851 todo el trabajo infantil y femenino en Inglaterra constituía únicamente el 21% de los ingresos salariales totales. En otras palabras, aunque se hubiera duplicado la cantidad de trabajo infantil y femenino entre 1600 y 1750, solamente podría haber supuesto un aumento del 10% en los ingresos.[20]

En cualquier caso, si se acepta como cierto un aumento del consumo en bienes duraderos y semiduraderos, automáticamente podría suponerse que los ciudadanos ingleses de 1800 eran más ricos que sus homónimos de 1400. Es decir, dado que hacia 1750 las familias comenzaron a consumir de forma rutinaria antiguos bienes

de lujo, los ingresos disponibles debieron incrementarse mucho más rápido que los salarios debido a la existencia de una revolución industrial. En su conocida obra «A Farewell to Alms» (2007), Clark subraya, apoyándose en la evolución de los salarios, los alquileres y las tasas de retorno del capital (tipos de interés), que esto no es cierto.[21] Para Clark (2010) la clave de todo reside en la interpretación errónea que se realiza de los inventarios post-mortem (*the consumer and industrious revolutions of 1600-1750 are artifacts created by misinterpreting the major source on consumption in these years, probate inventories*).[22]

Hasta qué punto es cierta la afirmación de Clark (2010) que vincula la existencia de una revolución en el consumo a una invención estadística (*statistical artifact*) y no a pruebas empíricas. Los inventarios post-mortem son la prueba principal para demostrar la existencia (inexistencia) de una revolución del consumo y por extensión de una revolución industrial (laboriosa) en las economías preindustriales. Si se confirma este extremo, automáticamente se matizan los niveles de vida durante dicho periodo. Además se asiste a una aparente paradoja: la coexistencia de salarios bajos con niveles relativamente elevados de consumo. De hecho, de Vries encuentra una contradicción entre la trayectoria del poder adquisitivo y la evolución del consumo en Inglaterra entre 1750 y 1815. En opinión de Yun, probablemente esto sea debido a que los cálculos sobre los inventarios están sesgados hacia al alza mientras que los correspondientes al poder adquisitivo están sesgados a la baja.[23] ¿Qué implicaciones tienen todas estas afirmaciones? Dada la propia naturaleza de los inventarios post-mortem es incuestionable que están sesgados hacia los grupos sociales con mayor poder adquisitivo. De hecho, se corre el riesgo de acumular inventarios e inventarios sin ningún sentido crítico. La única forma de atenuar este impacto es mediante

el cruce con otra tipología documental (fuentes notariales y fiscales). En el caso castellano podrían ser los inventarios de dotes, las cuentas de curaduría y para mediados del siglo XVIII, el Catastro de Ensenada.[24]

En cualquier caso, esto nos lleva a reflexionar sobre los problemas metodológicos que plantea la utilización de los inventarios post-mortem, los cuales han sido tratados frecuentemente en cantidad de trabajos y cuya completa enumeración sobrepasa el objetivo de este capítulo. A modo de resumen se suelen señalar la acumulación de patrimonios medios y altos (Wijsenbeck, 1980; Overton, 1980);[25] la no coincidencia entre la riqueza individual y lo recogido en el inventario (Weatherill, 1993);[26] la dificultad de convertir una variable stock en una variable flujo (De Vries, 1993);[27] la ocultación de bienes (Yun, 1999);[28] y la abundancia entre los grupos de edad avanzada. Asimismo no conviene desdeñar los problemas derivados del manejo de datos una vez elaborados. En principio, el consumo de bienes duraderos y semiduraderos no se puede estudiar única y exclusivamente en función de los precios inventariados sino que también hay que estudiar el consumo en términos de su cantidad y variedad. En este sentido, son muy importantes las transformaciones en la composición del consumo que provengan de cambios en la estructura de precios relativos. De hecho, puede suceder que el porcentaje de gasto se mantenga uniforme a lo largo del tiempo y sin embargo aumente el número de piezas textiles o del mobiliario de la casa, por ejemplo. Igualmente si se produjese la revalorización de los bienes rústicos o urbanos la estructura del gasto en bienes de consumo también se modificaría.[29] Por tales razones, Van der Woode y Schuurman (1980) y Spufford (1990), entre otros muchos, aconsejan prudencia a la hora de utilizar

inventarios.[30] En mi opinión, esta es la pauta a seguir más que considerarlos un *statistical artifact*.

En suma, a pesar de los avances historiográficos que se han producido sobre el estudio del consumo en las sociedades preindustriales durante las últimas décadas existen varias cuestiones sin resolver de forma satisfactoria. En las líneas siguientes me voy a centrar en dos aspectos. En primer lugar, la forma de almacenar la información procedente de los inventarios post-mortem es clave para realizar historia interregional y comparada. Sin embargo, sigue siendo algo complejo el saber cuáles son dichos procedimientos (una especie de «caja negra») lo que dificulta la coordinación entre investigadores e instituciones. En segundo lugar, otro problema que se viene suscitando últimamente es el manejo de las deudas en contra y créditos (deudas) a favor que aparecen en el inventario post-mortem. En este sentido, McCants (2006) sugiere que los inventarios no pueden utilizarse para medir la distribución de la riqueza en un lugar o contexto determinado debido a las numerosas deudas en contra que aparecen.[31] Por otra parte, el cómputo de las deudas a favor puede ofrecernos información sobre el funcionamiento de los mercados de crédito informal (Holderness, 1976; Groves, 1994; y Muldrew, 1998)[32] y la demanda de dinero en efectivo (Nicolini y Ramos, 2010).[33]

BASES DE DATOS, CLASIFICACIÓN DE BIENES E INVENTARIOS POST-MORTEM

A pesar de la relativa abundancia de los estudios sobre consumo y cultura material en la época Moderna, la recopilación de sus fuentes documentales (inventarios post-mortem y dotes) no sigue, por regla general, un criterio homogéneo. Es evidente que existen diferencias entre los