

## RESEÑA BIBLIOGRÁFICA

PÉREZ-GARCÍA, M.: *Vicarious consumers: trans-national meetings between the West and East in the Mediterranean world, 1730–1808*, Farnham, Ashgate, 2013 (375 páginas).

Con la obra de Manuel Pérez García nos encontramos ante un trabajo doblemente inspirador. De un lado, tenemos un libro novedoso y de calidad científica y, de otro, un trabajo que refleja la potencialidad de esos jóvenes investigadores españoles que han de abrirse camino fuera de nuestras fronteras.

A la hora de empezar a glosar esta obra debemos comenzar por su autor. Pérez García es un acabado ejemplo del investigador español internacional e internacionalizado. Tras doctorarse por el European University Institute (Florencia, Italia) en 2010, inició una carrera universitaria del más alto nivel más allá de nuestras fronteras. En su currículum se pueden encontrar centros de reconocido prestigio de tres continentes: *Department of History and Civilization, European University Institute; Faculty of Economics and Department of History of University of California at Berkeley; School of Humanities, Tsinghua University; Centre for Global History, University of Oxford*; Centro de Estudios China-México de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM); *Department of History, Peking University; Department of History of Warwick University*. Ocupando en la actualidad la plaza de Profesor Titular del *Department of International Politics de Remin University* en Pekín, una de las más prestigiosas del Reino del Centro.

En segundo lugar debemos resaltar la importancia científica de esta obra. Publicada en inglés por Ashgate gracias a la financiación del *European University Institute*, es una obra anclada a las teorías más modernas como la “Global History”, innovadora metodológicamente y valiosa por las aportaciones que finalmente ofrece.

Pues la obra de Pérez García señala un punto de no retorno en la investigación española sobre las redes de distribución y los agentes responsables de los cambios en los patrones de consumo en la Edad Moderna. Su trabajo se centra en el Reino de Murcia, una región con una posición geográfica privilegiada donde confluyen las redes comerciales mediterráneas de aquella España transatlántica y pluri-continental.

El objetivo principal de este estudio es el análisis de las pautas de consumo y el comportamiento del consumidor durante el periodo de transición del Antiguo Régimen a la era capitalista moderna. El tema ha sido considerado en los trabajos académicos más prominentes de las últimas décadas. Y desde que McKendrick (1982) lanzase su tesis del “goteo” o “trickle-down” y Jan de Vries (2008) la teoría de la “revolución industrial”, ambas líneas de investigación han marcado los estudios posteriores sobre el consumo. Sin embargo, la historiografía española no ha prestado especial atención a estos conceptos, pese a la exis-

tencia de un importante número de artículos, documentos e incluso algunas tesis doctorales que han investigado los patrones de consumo de la sociedad española durante el Antiguo Régimen. Esta carencia y dichas investigaciones previas son su punto de partida.

Frente a todos ellos esta obra aporta un elemento innovador como es el análisis del rol que ejercieron los comerciantes como mediadores y consumidores “vicarios” estimulando la demanda de una amplia sección de productos que anteriormente no habían sido anhelados por la mayor parte de la sociedad. Entendiendo por consumo “vicario”, siguiendo las teorías de Thorstein Veblen (1934), aquel modo de consumo que se revela a través de la adquisición de productos selectivos tales como prendas de vestir elaboradas o raros objetos de lujo.

Los agentes “vicarios” son normalmente aquellos actores sociales que pertenecen a las clases altas o sectores comerciales que establecieron y popularizaron nuevos artículos para estimular el consumo personal. Por ello, su visión de la teoría del “goteo” o “trickle-down” es crítica, ya que la circulación de determinados productos no va de arriba hacia abajo en la jerarquía social. Sino que la dinámica no fue tan rígida como la describió McKendrick.

Esta afirmación tan rotunda se basa en un adecuado análisis de las fuentes. Éstas, las fuentes, son uno de los puntos fuertes de este libro. La fuente primaria de investigación fueron los protocolos notariales, sometidos a un proceso de estandarización mediante una Base de Datos conformada con una muestra de 273 inventarios *post mortem* correspondientes a las áreas urbanas y rurales de Murcia y Cartagena para el periodo comprendido entre 1730 y 1808. Dicha muestra se extiende a todos los estamentos de la jerarquía social. Además de los inventarios y las dotes de legalización tradicionales se utilizaron las series estadísticas de los registros comerciales de la Cámara de Comercio de Marsella y el Catastro de Ensenada. De esta manera, el autor reconstruye red Marsella-Murcia, una de las más importantes del Mediterráneo Occidental. Y con ello, incluye en su trabajo el “estudio de caso” de una de las empresas comerciales más importantes en ese momento, el Roux-Frères, fundada en 1728 en Marsella.

Con estas fuentes y métodos, Pérez García consigue analizar la distribución de los productos y los patrones de consumo de la región, examinado dos redes distintas: la primera, la red generada por comerciantes franceses se asentaron en esta zona y, la segunda, las generadas desde los puertos del Reino de Murcia hacia el interior. Estudiando cada una de ellas analiza el comportamiento de los consumidores tras la llegada de nuevos productos. La imagen que en la obra va apareciendo es la del protagonismo de unos comerciantes franceses que se especializaban en el comercio a larga distancia generando una comunidad basada en la confianza y en función de su origen, la lengua y los lazos familiares.

Como ya hemos señalado, gracias a este fundamentado trabajo, el autor matiza la teoría goteo (*trickle-down theory*) de McKendrick sin negar el papel de las élites en la emulación de los patrones de consumo. Él considera el papel activo del grupo comerciante francés como agentes de nuevos patrones socioculturales que favorecen el efecto de goteo hacia

arriba (the trickle-up effect) y la estimulación de la demanda por parte de todos los estratos sociales gracias a un acceso directo a lejanas novedades. Novedades que podrían cambiar los mercados y crear otros nuevos.

Los productos demandados fueron los textiles (productos franceses coloreados con cochinilla), productos alimenticios coloniales (café, té, Chocolate) y mercancías exóticas de Asia (porcelana). Con ello, el sur-este de España, a través de Marsella, estaba relacionado con las industrias de lujo de todo el mundo conocido. El aumento de los ingresos y demanda, combinado con los bajos precios de los productos importados de Francia y los cambios en el gusto y moda facilitaron la penetración de nuevos productos en la región de Murcia.

No sólo las clases altas, sino también a los grupos sociales intermedios participaron en la expansión del consumo de los hogares. Sin embargo, el autor señala que a pesar del aumento de la demanda no se produjo la llamada “revolución industrial”. La demanda de Castilla sin duda favoreció la importación de productos listos para su uso a través de Marsella y de las exportaciones de materias primas, pero sin estimular el sector secundario o un aumento en la productividad. La Monarquía reaccionó rápidamente mediante la implantación de medidas proteccionistas que pretendían potenciar la producción nacional. Pero en lugar de ello, impulsaron el contrabando, como se demuestra al comprobar el cese de entradas de porcelanas en los registros comerciales oficiales, especialmente hacia finales del s. XVIII e inicios del s. XIX, en contraste con su incremento en los inventarios notariales.

En resumen, este libro consigue combinar numerosas fuentes, así como el manejo de una extensa bibliografía y diferentes enfoques. Se emplea un enfoque econométrico para medir el comportamiento del consumidor, también el análisis de los circuitos comerciales en el Mediterráneo desde una perspectiva social, es decir, desde el punto de vista de los consumidores y los comerciantes, así como, se toma en cuenta el género, los estratos sociales y la evolución de gustos. Con lo cual, en primer lugar, este trabajo contribuye positivamente a una mejor comprensión de las redes y los patrones de consumo en el Mediterráneo.

En segundo lugar deja demostrado que los comerciantes eran los consumidores “viciarios” que estimularon la demanda a nivel local fomentando al mismo tiempo fuertes vínculos comerciales a escala más global entre Europa y el Mundo: en primer lugar, mediante la introducción de productos de los que el propio grupo mercantil era el principal consumidor y, en segundo lugar, mediante el fomento de nuevos deseos por adquirir tales bienes entre la población local.

Finalmente, Cartagena y Murcia destacan como enclaves fundamentales en el sureste español para la recepción y comercialización de estos productos exógenos a escala global, lo que significa que la disponibilidad y el consumo de los mencionados productos crecieron de forma notoria. Pero los condicionantes económicos y políticos de aquella sociedad no pudieron sustituir dicha dependencia de las importaciones mediante la “revolución indus-

triosa”. El conservadurismo social y la burocratización del Estado evitaron que la España del Sur-Este diera aquel primer paso hacia la Revolución Industrial en los momentos previos a la Gran Guerra que cambiaría el destino de los pueblos hispánicos.

*Raúl Ramírez Ruiz*  
*Universidad Rey Juan Carlos*