

AMBOS MUNDOS

Las islas del lujo

Marcello Carmagnani

Productos exóticos,
nuevos consumos
y cultura económica
europea, 1650-1800



Titulo original: *Le isole del lusso. Prodotti esotici, nuovi consumi e cultura economica europea, 1650-1800*, Turin, UTET, 2010.

Quedan rigurosamente prohibidas, sin la autorización escrita de los titulares del «Copyright», bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático, y la distribución de ejemplares de ella mediante alquiler o préstamo públicos.

© Marcello Carmagnani

© De la traducción: Vito Ciao y Esther Llorente Isidro

D. R. © COLMEX

Camino al Ajusco 20, Pedregal de Santa Teresa - 10740 México D. F.
www.colmex.mx

© Marcial Pons, Ediciones de Historia, S. A.

San Sotero, 6 - 28037 Madrid

☎ 91 304 33 03

edicioneshistoria@marcialpons.es

ISBN: 978-84-92820-69-6

Depósito legal: M. 21.511-2012

Diseño de la cubierta: Manuel Estrada. Diseño Gráfico.

Maquetación: Francisco Javier Rodríguez Albite

Impresión: Efca, S. A.

Madrid, 2012

Capítulo VII

NIVEL DE VIDA Y CONSUMO DE LOS NUEVOS PRODUCTOS

En los capítulos anteriores se ha tratado de presentar el contexto internacional que hizo posible la reformulación de la economía, su relación tanto con la política como con el orden estatal, y la disolución gradual de los vínculos de dependencia entre los actores sociales y la organización de la sociedad estamental. A lo largo del siglo XVIII, se afianzó la libertad de adoptar decisiones relativas al destino del consumo de la renta individual y familiar, sobre todo del consumo que no tiene por objeto la reproducción biológica del hombre, pero que puede mejorar las relaciones de los individuos con los miembros de su familia y otros actores de la sociedad en general.

La atenta observación de la circulación y el consumo europeos de los productos de ultramar permite constatar la existencia de relaciones sinérgicas que se refuerzan recíprocamente entre el algodón indiano, el tabaco, el azúcar, el té y el café, favoreciendo su universalización. De esa manera, tuvo lugar la transición de una forma de consumo de tipo jerárquico y estamental a la actual, es decir, un consumo abierto a la satisfacción de los deseos, las preferencias y los gustos de las personas y los hogares en función de la renta disponible presente y futura. Esta orientación del consumo facilitó la expansión de la demanda de los bienes extraeuropeos que llegó a transformar cualitativa y cuantitativamente la oferta de los bienes producidos en las Américas y en Asia.

En los dos capítulos anteriores se ha prestado especial atención a la capacidad de América y Asia para expandir o generar nuevas producciones a través de una mayor eficiencia organizativa, la aplicación cada vez mayor de las nuevas técnicas de producción y la

mejora de la navegación para el transporte desde ultramar de esos productos. Se ha puesto de relieve, asimismo, cómo la competencia entre las zonas extraeuropeas productoras de esos mismos bienes favoreció más a las regiones americanas, especialmente aquellas bajo control británico, holandés y francés, mientras que aquellas bajo la hegemonía ibérica empezarán tarde, pero a pesar de ello superarán a estas tres regiones en el siglo XIX.

La transición del consumo del Antiguo Régimen al moderno impulsó a los actores tanto europeos como no europeos que compitieron con el mismo espíritu favorable a la libertad de consumo, con el consiguiente interés recíproco en la convergencia de sus decisiones económicas. Este encuentro entre las tres regiones del mundo, mucho menos drástico que el del siglo XVI, permite comprender que la aceleración de la división del trabajo en Gran Bretaña y Europa, analizada por Adam Smith, tuvo lugar, asimismo, fuera del antiguo continente. Obviamente, la forma que adquiere la división del trabajo en Europa y en las zonas de ultramar no es una mera transposición de la primera sobre las otras. Mientras que en Europa se dio un proceso de producción en el que los recursos naturales —tierras, aguas y bosques— fueron durante muchos siglos sometidos progresivamente al control humano, en las zonas extraeuropeas, y sobre todo en el mundo americano, los hombres tuvieron que aprovechar al máximo los recursos naturales a corto plazo y organizarlos de tal manera que se evitaran grandes inversiones de capital fijo. Tanto en Europa como fuera de este continente, los actores sociales fueron capaces de enfrentarse a los nuevos desafíos del momento. A este respecto, un ejemplo tangible es la aparición de las plantaciones en América y su difusión posterior, así como la expansión de las zonas de producción de té en China y, más tarde en la isla de Ceilán, y de azúcar y café en las regiones holandesas de Asia.

No es posible pensar que el cambio que se produjo en el consumo europeo, bautizado después, como sucede a menudo en la historiografía, como «revolución del consumo», tenga su origen en un único país europeo, ya sea Gran Bretaña u Holanda, por una combinación de circunstancias favorables que no se especifican¹. El debate sobre el consumo estuvo realmente presente en todos los países dentro y fuera de Europa. Si se presta la debida atención a la nueva estructura del consumo, cabe observar que ésta sienta en todas las regiones del mundo sus bases materiales en la transformación de la comercialización y en la nueva relación que vincula el comercio con el

crédito. Por tanto, se trata de un cambio que no se puede atribuir a factores externos; a su vez, no se puede negar que el «consumo» sea un conjunto de comportamientos derivados de la utilización de uno o más productos². Tampoco se puede hacer referencia al «consumo» en plural, ya que esto llevaría inmediatamente a la concepción culturalista que borra la dimensión material y la convierte en un factor exógeno. Considero, por tanto, que es más conveniente seguir el argumento de Baudrillard, cuando afirma que la característica esencial de la lógica del consumo es ser productiva y, al mismo tiempo, una manipulación de los significados sociales: por consiguiente, todos los productos acaban asociándose con las relaciones sociales, convirtiéndose de esa manera en objetos culturizados³. Ello explica por qué durante el proceso de consumo intervienen elementos relativos al estatus social y el prestigio, que se difunden desde arriba hacia abajo, de la élite a otras categorías sociales, favoreciendo, por consiguiente, la reestructuración del sistema económico en su conjunto. En esta perspectiva, tiene sentido la distinción que se encuentra en la economía política clásica entre consumo de artículos de primera necesidad y bienes duraderos y no duraderos.

Estas consideraciones permiten afirmar que las decisiones sobre el consumo deben tomarlas los actores individuales y los hogares, y que son sus preferencias las que vinculan la dimensión económica con la social y la cultural. Ello significa que cuando se habla de libertad de consumo se alude específicamente al hecho de que los vínculos que determinan las decisiones del consumidor, teniendo en cuenta la renta, reflejan una pluralidad de intenciones no sujetas a diferenciación.

La trayectoria analítica de este último capítulo se ha preparado con el fin de comprender cómo el nuevo consumo tiene en cuenta las transformaciones que acaecen en la relación entre el campo y la ciudad, una relación que afecta a la reformulación de la división del trabajo y la construcción de una nueva sociabilidad que pueda incentivar la libertad de los consumidores. A continuación se detallará la evolución de la renta, para comprender en qué medida puede perjudicar o beneficiar la propensión del consumidor hacia la reducción del consumo de artículos de primera necesidad en beneficio del consumo de otros bienes y, especialmente, de los productos extraeuropeos. Por último, se tratará de explicar cómo la evolución de los precios contribuye a alentar, o a contener, la propensión al consumo de los productos extraeuropeos.

Hacia una sociedad urbana

En la imposibilidad de obtener información directa para aclarar cómo la monetarización puede influir en la demanda de los consumidores, se puede recurrir a un indicador indirecto representado por la evolución de la urbanización europea. En esencia, la urbanización permite observar los cambios que tienen lugar en las relaciones sociales, cuya función es de suma importancia en la difusión del consumo de los bienes no europeos. El crecimiento urbano permite comprender la expansión de la división del trabajo y sus consecuencias en el plano cultural para la conformación del consumo moderno⁴.

Las dos figuras muestran el desarrollo urbano entre 1500 y 1800 (gráfico 7.1) y, de forma igualmente sintética, la relación entre el tamaño de las ciudades y la tasa de urbanización (gráfico 7.2). En el gráfico 7.1 se observa que el mayor crecimiento de las ciudades con más de 5.000 habitantes se registra en dos siglos, el XVI y el XVIII. En el siglo XVI, 8,4 millones de personas viven en la ciudad (el 8 por 100 de la

GRÁFICO 7.1

Desarrollo urbano europeo en el período comprendido entre 1500 y 1800

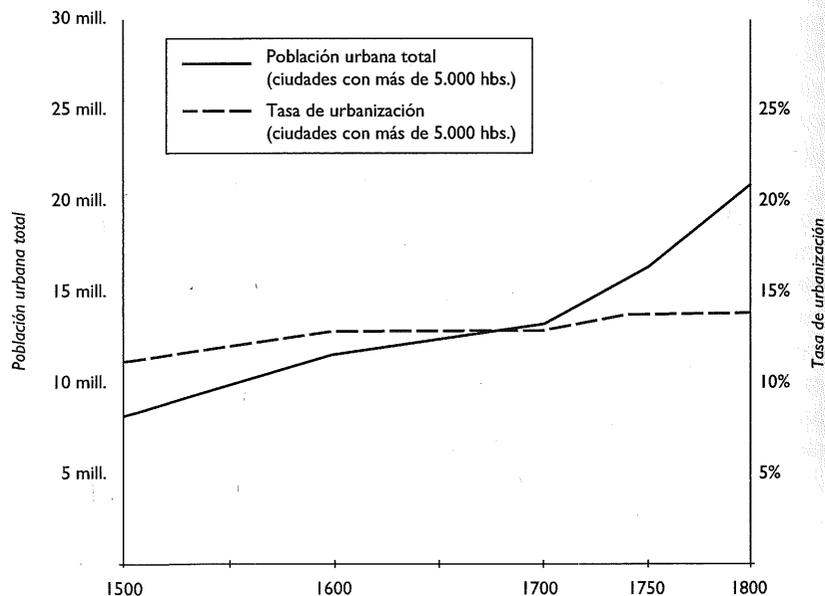
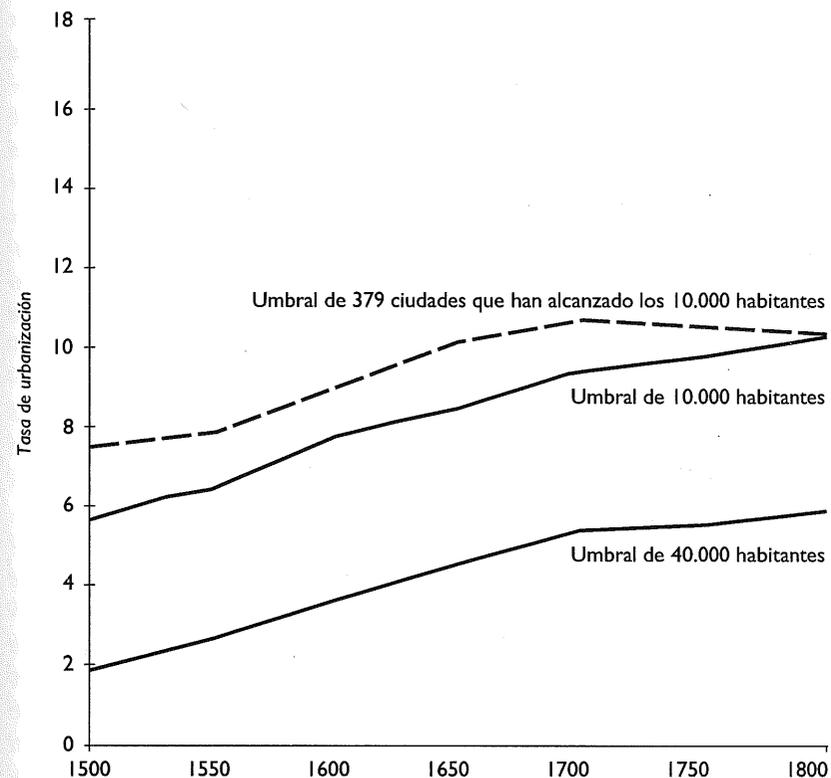


GRÁFICO 7.2

Relación entre la dimensión de las ciudades y la tasa de urbanización



población total), mientras que en 1800 son 20,5 millones (es decir, el 14 por 100 de la población total). En resumen, cabe aducir que, debido al crecimiento de la población urbana en centros con un tamaño tan grande que requieren intercambios pecuniarios, la economía monetaria se expande 2,5 veces más en el siglo XVIII en comparación con el siglo XVI. El gráfico 7.2, que guarda relación con el tamaño de las ciudades, muestra que el crecimiento es mayor respecto a las ciudades con más de 10.000 habitantes y, a continuación, las que superan los 40.000. Tanto en las ciudades con más de 10.000 habitantes como en aquellas con más de 40.000, la economía monetaria se difunde, lo cual comportará no sólo la subordinación del campo a la ciudad, sino también la consolidación, en el siglo XVIII, de una centralidad y complejidad urbana desconocidas en el siglo XVI.

Lamentablemente estas dos figuras no permiten analizar el progreso gradual de urbanización, que todavía en el siglo XVII sigue la trayectoria romana, es decir, se concentra principalmente en la cuenca del Mediterráneo, así como el sur del Rin y el Danubio. Las crisis demográficas del siglo XVII dan lugar a una nueva fase de expansión de las ciudades, con el crecimiento de los centros urbanos de 10.000 o más habitantes en las regiones situadas en el norte del Rin y el Danubio, pero también en las zonas del Atlántico. Entre 1700 y 1800, las ciudades del Mediterráneo con más de 10.000 habitantes pasan de 78 a 113, con un crecimiento del 44,8 por 100; las del Atlántico y el norte de Europa se duplican pasando de 53 a 105, con un incremento del 98,1 por 100; las de Europa central aumentan de 88 a 135, con un crecimiento del 53 por 100, justo por encima de las ciudades mediterráneas⁵.

Cabe argüir, por tanto, que la división del trabajo y el crecimiento de la economía monetaria han sido mucho más rápidos en la Europa atlántica que en la cuenca del Mediterráneo y en la Europa central. De hecho, en la Europa atlántica, donde se consolida el nuevo comercio multilateral, el número de ciudades con más de 40.000 habitantes aumenta de 8 a 21, con un crecimiento del 26,2 por 100, mientras que en la Europa mediterránea aumenta de 15 a 23, es decir, un 15,3 por 100⁶. A este contraste entre los datos de la Europa atlántica y la mediterránea es oportuno añadir que entre 1600 y 1750 las ciudades que duplican su población en la región atlántica son 27, mientras que en el Mediterráneo son sólo 7, entre ellas, dos ciudades francesas. En la zona atlántica, la población urbana aumenta dos millones de personas en el período de 1600-1750 y otro millón en apenas medio siglo, entre 1750 y 1800⁷.

El crecimiento urbano más rápido de las zonas del Atlántico favorece la reducción de la distancia entre los diferentes asentamientos con mejores conexiones entre las ciudades portuarias y continentales, con la consiguiente disminución de los costos de transporte. En el período comprendido entre 1700 y 1800, las ciudades de los países ribereños del Atlántico, Gran Bretaña, Irlanda, Francia, los Países Bajos, Bélgica y Alemania, registran una mayor integración. En la cuenca del Mediterráneo, en Italia y en España, la integración fue mucho más lenta, mientras que en la Europa oriental tuvo un ritmo superior⁸. La diferencia entre las regiones del Atlántico y las zonas continentales se refuerza a lo largo del siglo XVIII, dado que en las primeras la tasa de urbanización de la población aumenta del 11

al 19 por 100, mientras que en las segundas se registra un aumento del 10 al 16 por 100.

Por tanto, es probable que la renta per cápita haya crecido más rápidamente en las zonas urbanas atlánticas y menos en las continentales, aunque las estimaciones del PIB sean muy inciertas⁹. El dinamismo de las ciudades portuarias es un dato complementario muy interesante porque de las 207 ciudades más pobladas en el período de 1500 a 1700, las 61 ciudades portuarias doblan su población, e incluso 16 de ellas la triplican, mientras que sólo 13 de las 48 ciudades con funciones estatales y administrativas logran duplicar el número de sus habitantes¹⁰. La dinámica diferente de la población urbana de las zonas europeas se puede observar, asimismo, en el número de viajes por mar. Mientras aquellos cuyo punto de partida y llegada es el Mediterráneo se estancan entre 1650 y 1800, los que salen desde el Atlántico aumentan de 50 a 110 al año entre 1600 y 1700, para luego incrementarse en la primera mitad del siglo XVIII, de 110 a 500 viajes al año, y crecer de nuevo entre 1750 y 1800 hasta los 800 viajes al año¹¹.

La expansión del comercio internacional, con sus efectos positivos sobre el empleo, la renta y el consumo urbano, constituye uno de los principales factores del rápido crecimiento urbano de las zonas del Atlántico. Un segundo factor es la interacción entre los centros urbanos y el campo que incrementa la división del trabajo y se manifiesta en los cambios en la agricultura¹². De hecho, el incremento de la productividad agrícola es la base del crecimiento de la población de las ciudades y la renta urbana, pero también de la reducción de la población de las zonas rurales que en Holanda e Inglaterra cayó del 75 al 34-40 por 100¹³.

En la imposibilidad de determinar la relación entre la productividad agrícola y la población, y entre el consumo per cápita de bienes y la evolución de la renta, se utilizarán dos indicadores, a saber, la producción agrícola per cápita y la productividad del trabajo agrícola en la zona atlántica. Entre 1600 y 1750, los rendimientos más elevados se obtienen en dos zonas del Atlántico (Inglaterra y Holanda) que registran un aumento de la producción agrícola per cápita (calculada dividiendo la producción entre el total de la población), del 31,4 y el 14,3 por 100, respectivamente, y la productividad por trabajador (calculada al dividir la producción agrícola entre la población rural), del 102,6 y el 39,6 por 100, respectivamente. En la zona mediterránea la producción agrícola per cápita y la productividad por trabajador se estancan en España, y retroceden en Italia un 20 por 100 respecto a la

producción per cápita y un 15,7 por 100 en cuanto a la productividad por trabajador agrícola¹⁴. Por tanto, cabe aducir que mientras que, en el siglo XVI, la cuenca del Mediterráneo registra un aumento de la producción per cápita de la agricultura y la productividad por trabajador agrícola, durante la revolución comercial la supremacía corresponde a la zona atlántica, y sobre todo a Inglaterra y Holanda.

Estos dos indicadores permiten comprender la relación entre el crecimiento urbano y la expansión del consumo. Adam Smith sostiene que si la elasticidad de los precios agrícolas en la demanda de los bienes de subsistencia o de primera necesidad es inferior a la unidad, el incremento de la renta tendrá un efecto positivo en la demanda de bienes de segunda necesidad tales como los tejidos o el azúcar y en los bienes de consumo duraderos, como el mobiliario¹⁵.

TABLA 7.1
Población total y población urbana, 1600-1800
(miles de habitantes)

	Pobl. total	Pobl. urbana	Pobl. atlántica total	Pobl. atlántica urbana	Pobl. medit. total	Pobl. medit. urbana
1600-1750	16.200	3.000	12.000	2.920	4.200	80
1750-1800	28.500	3.290	23.800	2.410	4.700	880
Incr. % 1600-1750	20,8	50,6	21,5	101,3	0,12	2,6
Incr. % 1750-1800	30,3	36,8	35,2	41,6	0,33	28,0

Fuente: VRIES, *European urbanization, 1500-1800, op. cit.*, pp. 32-34.

El cuadro *supra* muestra que en los ciento cincuenta años entre 1600 y 1750 la población urbana aumenta un 50,6 por 100, sumando a la población tres nuevos millones de posibles consumidores en las ciudades con más de 10.000 habitantes. El crecimiento se acelerará en los cincuenta años de 1750 a 1800, durante los cuales se suman 3,29 millones de nuevos habitantes urbanos, duplicando el crecimiento anual del 0,3 al 0,7 por 100 al año. El mayor aumento se observa en la Europa atlántica, con un crecimiento de 2,9 millones de nuevos habitantes, es decir, un incremento del 0,6 por 100 anual entre 1600 y 1750, y un crecimiento de 2,4 millones de nuevos habitantes, esto es, un incremento del 0,8 por 100 anual entre 1750 y 1800. En cambio, la Europa mediterránea se estanca, ya que entre 1600 y 1750 su población urbana no crece, mientras que en el período de

1750-1800 aumenta apenas a 880.000 unidades, con una tasa de crecimiento anual del 0,5 por 100.

Renta y consumo

Si se consideran las tasas de crecimiento urbano como indicadores que miden la cuota de renta destinada a mejorar el nivel de vida, en 1700 se obtienen las siguientes tasas de crecimiento: 0,4 por 100 anual en la Europa atlántica y 0,1 por 100 al año en la Europa mediterránea. En este sentido, Adam Smith puede sostener que la ciudad es el detonante del consumo, porque cuando a la oferta de los productos agrícolas se añade la de los productos importados, se subvierte el orden natural de la economía y se acaba dando prioridad a la inversión en los sectores del comercio y la manufactura¹⁶. Esta idea se refleja en la información disponible para Inglaterra entre 1695 y 1800. El valor total de los alimentos y las bebidas consumidos aumentan de 21 a 144,7 millones de libras esterlinas, mientras que la oferta de bienes agrícolas producidos en Inglaterra pasa de 16,6 a 101,1 millones de libras esterlinas, y entonces la relación entre el consumo total y la oferta de bienes agrícolas es de 1,26 en 1695 y de 1,43 en 1800. El incremento de la relación entre el consumo y la oferta depende tanto de las innovaciones en el transporte y los servicios comerciales como de la aparición de nuevos productos de consumo como el azúcar, el té y el café. De ello se deduce que la creciente división del trabajo y la expansión del mercado se refuerzan mutuamente y fomentan el consumo de los nuevos productos¹⁷.

El caso inglés demuestra la interdependencia entre la productividad agrícola, el comercio internacional y el consumo, pero lamentablemente no se dispone de estudios precisos sobre el nivel de vida basados en los salarios reales. Las estimaciones del bienestar de los artesanos y los obreros muestran que los salarios reales crecen entre 1650 y 1800 en Londres, pero se estancan en Amberes y Ámsterdam, y disminuyen en Milán, Nápoles, Valencia, Estrasburgo, Mónaco, Viena y Cracovia. Sólo en las capitales como París, Madrid y Varsovia, en un siglo y medio, aumentan los salarios reales, aunque tímidamente. Se observan, sin embargo, diferencias significativas debido a que entre 1727 y 1802, mientras que los salarios reales de los trabajadores cualificados ingleses e italianos se estancan, los de los trabajadores agrícolas disminuyen¹⁸.

En un estudio sobre la materia se señala, asimismo, que los salarios reales europeos de los obreros, expresados en gramos de plata, siguen una tendencia similar entre 1500 y 1800, aunque Europa central —Alemania y Polonia— sea una zona con un nivel salarial más bajo frente a Holanda, el sur de Inglaterra, Londres y París. El autor de ese estudio añade que existe una correlación positiva entre los salarios y la urbanización (+0,659); existe, asimismo, una correlación positiva entre los precios del trigo y los salarios, dado que un aumento del 10 por 100 del precio del trigo se traduce en un aumento del 5,6 por 100 del salario expresado en gramos de plata¹⁹.

Tomando siempre el salario real como indicador del nivel de vida, en otro estudio reciente sobre Inglaterra se afirma que los niveles salariales del Medievo sólo se superan con el incremento de la productividad total que se produjo entre 1650 y 1800. La reconstrucción del índice del nivel de vida, obtenido con arreglo al índice geométrico de los precios y la cesta de la compra de los trabajadores, permite observar que entre 1650-1659 y 1770-1779 el costo de la vida no aumenta significativamente, mientras que el salario real del trabajador especializado aumenta un 6,4 por 100 y el del jornalero un 3,2 por 100. Entre 1710-1719 y 1790-1799, el costo de vida aumenta un 26,7 por 100, mientras que el salario real del trabajador cualificado se incrementa únicamente un 1,7 por 100 y el del jornalero incluso disminuye un 3,2 por 100²⁰. Aún se dispone, siempre para Inglaterra, de información que pone de relieve otro historiador, según la cual entre 1770-1772 y 1798-1802 el costo de la vida se estanca hasta el período de 1788-1792, para luego aumentar entre 1792 y 1802. Aunque los salarios nominales entre 1780 y 1815 sigan primero una tendencia alcista y luego se estancan paralelamente al nivel del costo de la vida, éstos reflejan, a diferencia de lo que se muestra en el estudio anterior, que a partir de 1780 no se registra ningún incremento en el salario real²¹. En cambio, en un estudio muy reciente sobre el costo de la vida y los salarios reales se aduce que, entre 1770 y 1790, éstos crecen menos con respecto a la productividad del trabajo. Durante el último tercio del siglo, sin embargo, se producen cambios significativos en los precios relativos que mejoran las condiciones de vida y el consumo de las clases populares gracias a la reducción de los precios de los tejidos y los bienes importados de Asia y las Américas²².

Los salarios agrícolas ingleses replican los urbanos, pero su nivel sigue siendo inferior a éstos. La tendencia, sin embargo, es similar dado que también en la agricultura los salarios aumentan ligeramente

entre 1650 y 1750 y se estancan en la segunda mitad del siglo XVIII. La diferencia entre los salarios rurales y urbanos ayuda a comprender la propensión de los agricultores al afincamiento urbano; no obstante, en la agricultura inglesa a lo largo del siglo XVIII, la producción aumenta con una tasa ligeramente superior (0,65 por 100 al año) a la de la población (0,55 por 100 anual)²³. También en Francia, las estimaciones disponibles reflejan que la producción agrícola total crece a una tasa igual o ligeramente superior a la población. De hecho, la tasa de crecimiento de la oferta de productos agrícolas en la cuenca de París, entre 1750 y 1789, se expande del 0,46 al 0,53 por 100 anual, con una tasa incluso superior al crecimiento de la población urbana que es del 0,39 por 100 al año. La oferta de productos alimenticios aumenta también en otras regiones de Francia, más allá de la de París, Normandía, Lorena y el sudeste, donde la tasa de crecimiento de la productividad total fue, sin embargo, inferior a la registrada en la región de París durante la segunda mitad siglo XVIII²⁴.

En Holanda, el índice de precios de bienes de consumo disminuye entre 1650 y 1750, y luego crece hasta 1800, mientras que los salarios reales se estancan hasta 1750, para después descender en el medio siglo siguiente. Ello explica por qué los trabajadores holandeses trataron de adaptarse a los cambios de los precios relativos mediante la diversificación de la demanda de bienes, es decir, consumiendo menos pan, carne y mantequilla y más productos textiles, té y café²⁵. Esta tendencia, especialmente clara en la zona occidental de Holanda, se confirma también en Flandes. Aquí los salarios de los trabajadores agrícolas, expresados en cantidades de centeno, aumentan entre 1650 y 1700, para luego estancarse en la segunda mitad del siglo XVIII, período durante el cual también aumentan los días de trabajo de los tejedores necesarios para mantener a sus familias²⁶. En Alemania la tendencia de los salarios reales es inversa a la de Holanda, pero similar a la de Inglaterra y Francia, donde éstos disminuyen entre 1650 y 1750 y en cambio aumentan en la segunda mitad del siglo²⁷.

En un estudio reciente y exhaustivo que ayuda a comprender la relación entre la renta y el consumo se aduce que la renta de subsistencia es el mínimo necesario para la reproducción y se identifica con un régimen alimenticio casi vegetariano, basado principalmente en los cereales menos costosos y preparados con miras a reducir al mínimo la pérdida del valor nutricional. Obviamente, el régimen alimenticio de subsistencia no incluye pan, carne, bebidas alcohólicas ni productos lácteos, pero contempla un número reducido de tejidos, leña para

la calefacción y algunas velas para el alumbrado. El mismo autor reconstruye la cesta media de la compra de un trabajador con un nivel de vida superior, que incluye alimentos como pan, legumbres, carne, huevos, productos lácteos y cerveza (82,7 por 100 del gasto) y productos no alimenticios tales como prendas de vestir, jabón, velas, aceite para lámparas y leña para la calefacción (17,3 por 100 del gasto). Esta reconstrucción permite observar la tendencia en la relación entre la renta y el consumo en el período comprendido entre 1650 y 1800, según la cual disminuye tanto para la mera subsistencia como para los niveles de vida superior en Florencia y Viena, en cambio, se estanca en *Ámsterdam*, mientras que aumenta en *Londres*²⁸.

Es extremadamente difícil comprender cómo, a pesar de todo, el azúcar, el té y el café pueden concurrir a los gastos de las familias pobres inglesas con el 5,2 por 100 en 1688 y el 5 por 100 entre 1787 y 1796, mientras que en las familias obreras con mayor poder adquisitivo, estos bienes representan el 16,9 por 100 de la cesta de la compra en el lustro de 1788-1792. En Francia, en 1700, las bebidas y el azúcar representan el 27,9 por 100 del gasto del artesano urbano y el 20,8 por 100 del obrero urbano en *Estrasburgo*, mientras que el trabajador no cualificado a finales del siglo XVIII gasta en azúcar y bebidas el 5 por 100 de su presupuesto familiar. Si se comparan las variaciones en los precios de los productos alimenticios con las oscilaciones de los costos del trabajo y los bienes de segunda necesidad en las distintas ciudades europeas, se observa que entre 1750 y 1800 disminuyen los costos del trabajo (-4,3 por 100), la leña y el carbón (-2,05 por 100), la cerveza (-9,53 por 100), el vino (-9,92 por 100), el azúcar (-4,42 por 100), los textiles (-7,19 por 100) y el chocolate (-39,46 por 100)²⁹. Por tanto, cabe argüir que, dada la desigualdad de las rentas, están excluidos del consumo de los nuevos productos, básicamente, los niveles más pobres de la población, mientras que el nuevo consumo de tejidos y bebidas alcohólicas y no alcohólicas se difunde entre los que poseen rentas intermedias y altas.

La difusión del consumo no es un fenómeno exclusivamente económico, sino también una configuración social y cultural. A partir de las familias con rentas intermedias y altas, el consumo de estos productos difunde entre las clases populares una imagen diferente de la vida urbana, especialmente distinta de la élite rural tradicional, o la nobleza. El efecto de emulación de estas novedades, en *Ámsterdam* y *Londres*, pero también en *Burdeos*, *Marsella*, *Hamburgo* y más en general en todas las ciudades con más de 10.000 habitantes, alentó la

difusión de la idea según la cual la vida urbana podía brindar oportunidades negadas en el campo, y que el ambiente de las ciudades podía hacer libres a los hombres. De ahí la importancia que se ha mencionado del movimiento migratorio en el crecimiento de las ciudades.

El predominio de la ciudad, ya alentado por el crecimiento de la productividad agrícola, logró imponer la limitación del aumento de los precios agrícolas y un significativo incremento de la oferta de productos manufacturados hacia el campo. De esa forma se modificó, gracias también a la reducción de los costos de transporte, toda la organización de los intercambios, promoviendo el desarrollo de los servicios públicos y privados que contribuyeron a aumentar las rentas medias y superiores³⁰.

Las dimensiones económicas mencionadas se entrelazan con las demográficas, pero la fecundidad, la mortalidad y los matrimonios no aumentan con la misma rapidez que la economía y, por último, favorecen el incremento de la renta real. Por consiguiente, también el proceso de socialización logra modificar las decisiones de los individuos y las familias de forma colectiva y, por tanto, transformar el comportamiento de los actores sociales. Las costumbres se modifican, en especial con el consumo de los bienes extraeuropeos que tienen un fuerte componente de sociabilidad. En resumen, el nuevo consumidor está llamado a establecer la relación que debe existir entre el uso de la renta de que dispone, en cuanto al consumo y la inversión, y sus preferencias de naturaleza social y cultural.

Las interacciones presentes en el consumo permiten proponer un esquema a título ilustrativo de los vínculos existentes entre la revolución comercial y el nacimiento del consumo moderno. Se han tratado de aclarar las posibles interdependencias entre la dimensión material —es decir, los vectores económicos del mercado, los nuevos productos, los cambios en la agricultura, las innovaciones tecnológicas, la renta y los cambios demográficos— y la dimensión inmaterial que se manifiesta en la reformulación de las decisiones individuales de forma colectiva, y la aparición de nuevas formas de organización y movilidad social que son el reflejo de los nuevos modelos de consumo condicionados por el nivel de renta.

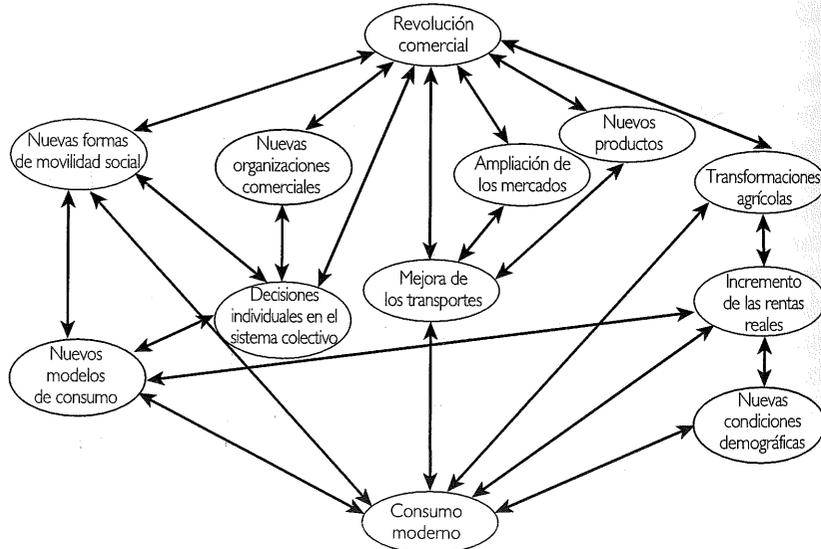
Los obstáculos a la afirmación de los nuevos modelos de consumo, desalentados no sólo por el límite de la renta familiar, sino también por las costumbres y los estilos de vida anteriormente existentes, suelen ocultar las innovaciones que también se consolidan en el siglo XVIII. En *Flandes*, por ejemplo, a partir de 1730-1740 el nú-

mero de días de trabajo necesarios para mantener a una familia se reduce debido a la difusión de la patata, que en Francia comenzó en cambio a difundirse únicamente en la segunda mitad del siglo XVIII³¹. En el norte de Italia, la difusión del consumo del maíz reduce los costos de alimentación de la familia, aunque cause efectos negativos para la salud humana tales como la avitaminosis y en particular la pelagra³². En otras palabras, sobre todo a lo largo del siglo XVIII los consumidores fomentan un proceso de sustitución de los bienes de primera y segunda necesidad por productos menos costosos o inexistentes anteriormente.

El proceso de sustitución del consumo de algunos productos refleja que se asiste a una nueva forma de distribución de los recursos de las personas y los hogares que puede modificar el consumo de ambos. El mejor indicador de esta transformación es el debate sobre la despenalización de los bienes de lujo, que facilita su entrada en el consumo diario gracias a la difusión de los productos no europeos y una selección distinta entre bienes de consumo duraderos y no duraderos. Los efectos de este cambio se observan tanto en el mercado

Gráfico 7.3

La relación entre la revolución comercial y el nacimiento del consumo moderno



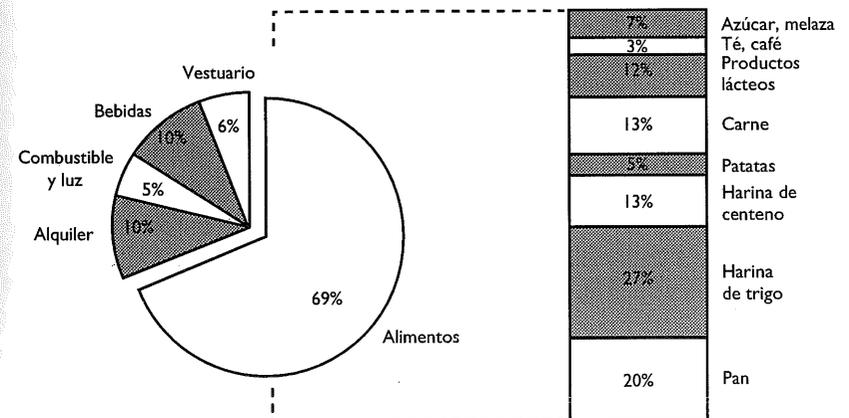
interior como en el internacional; un ejemplo a este respecto es la difusión de las cerámicas chinas que favorecen la aparición de nuevas manufacturas de cerámica holandesas, francesas, inglesas e italianas.

Las prendas confeccionadas con tejidos de algodón se difunden más que los producidos con lana y lino; la utilización del algodón favorece la creación de tejidos mixtos de algodón y lana, así como de algodón y lino. La sustitución de los tejidos antiguos por los nuevos se ve facilitada también por el comportamiento comercial de los nuevos productos de consumo como el tabaco, el azúcar, el té y el café, cuando el incremento de su producción fuera de Europa y la competencia entre las producciones americana y asiática, y entre las importaciones holandesas, francesas e inglesas, hacen que se estancan sus precios, e incluso disminuyan para algunos productos.

El gráfico 7.4 muestra cambios significativos en la distribución del gasto en productos alimenticios, ya que se difunde progresivamente el consumo de patatas, que llega a representar el 5 por 100 del gasto en alimentos, de carne, leche y productos lácteos, mientras que disminuye el consumo de centeno. Además, se observa que el consumo de azúcar y melaza son importantes (7 por 100 del gasto en alimentos) y también lo es el consumo de té y café (3 por 100 del gasto en alimentos). Si se suma el consumo de los nuevos productos en su conjunto, se llega a un porcentaje considerable respecto al consumo total del 15 por 100.

GRÁFICO 7.4

Composición del gasto de las familias obreras, 1788-1792 y 1828-1832



La reconstrucción del presupuesto familiar del obrero inglés muestra cómo la propensión al consumo no es una función constante e invariable de la renta destinada al mismo; al contrario, deja mucha libertad a la capacidad de los consumidores de tomar decisiones que pueden reducir o aumentar el consumo de un determinado producto y dirigir el gasto hacia bienes de primera necesidad o hacia otros duraderos y no duraderos. Dicho de otro modo, incluso en presencia de una renta individual y familiar reducida existe la posibilidad de mejorar la calidad y la cantidad de los productos utilizados. El consumidor es un agente que acepta los nuevos productos ofrecidos por el mercado y los combina una y otra vez con los ya existentes; por tanto, participa en la transformación de los gustos y contribuye a crear nuevos comportamientos respecto al consumo y a un nuevo estilo de vida.

El gráfico 7.4 no permite relacionar los salarios reales con la evolución del consumo. Por consiguiente, trataré de otorgar una mayor importancia a la unidad familiar, ya que proporciona información diferente para comprender que el comportamiento del consumidor en la era de la revolución comercial es flexible y variable; esa actitud es precisamente la característica de la libertad de consumo³³. Ello significa que, entre 1650 y 1800, el consumo adquiere una nueva connotación, y se ve influenciado por el mayor nivel de instrucción, la transmisión de la información facilitada por la socialización de las formas productivas y la capacidad para la reformulación de los estados de placer³⁴. Durante la revolución comercial esta nueva connotación del consumo hace que sea el consumidor el que tome la decisión sobre el tiempo de su trabajo que dedicará a la conservación y a la reproducción del capital humano, así como sobre la dedicación del tiempo restante a actividades que puedan producir una renta monetaria que se asignará a la compra de bienes en el mercado, u otras actividades económicas, sociales y culturales dentro de la familia.

En concreto, se asignan tareas a las diferentes personas que forman parte de la familia, a saber, el cabeza de familia, su esposa, hijos, parientes y convivientes que no son parientes, teniendo en cuenta las diferentes capacidades y habilidades de cada uno. La diferenciación de las capacidades y habilidades, en última instancia, favoreció la división del trabajo entre los miembros de la unidad familiar y determinó su participación diferenciada en el mercado, como productores de renta o compradores de mercancías y en la producción de bienes y actividades sociales y culturales. Se vuelve a formular así

una combinación diferente entre el mercado de bienes y el tiempo libre. La distinción entre el tiempo para la familia y el tiempo para el mercado ayuda a comprender la relación entre el consumo y la oferta de trabajo, y la diferenciación cada vez mayor que, a lo largo del siglo XVIII, se viene haciendo entre el consumo de subsistencia, el consumo de bienes de segunda necesidad y el consumo de bienes duraderos y no duraderos³⁵.

En la revolución comercial, el consumo deja de ser estático y se convierte en dinámico. Es dinámico en la medida en que la unidad familiar puede lograr que la organización del trabajo sea flexible, porque su finalidad es obtener la máxima cantidad de bienes producidos y, especialmente en las zonas urbanas, lograr un excedente monetario. Se alcanzan estos objetivos con una mayor explotación de la mano de obra familiar, con el resultado de aumentar el número de unidades familiares capaces de reorganizar sus recursos productivos a fin de ampliar tanto la oferta de bienes destinados al comercio y el ingreso salarial monetario como la demanda de bienes que pueden adquirirse con dinero. La creciente especialización de la unidad familiar favoreció el aumento de la posibilidad de elección de los bienes de consumo en el mercado, y de esa manera, la revolución comercial terminó generando la denominada «revolución industrial»³⁶.

La mayor intensidad de trabajo de la unidad familiar puede documentarse a través de la observación de la diferenciación de los distintos miembros que la integran: el cabeza de familia —casado o no—, los hijos, los parientes, el personal de servicio y otras personas dependientes del cabeza de familia. En las ciudades de las tres zonas de Europa se observa un mayor número de cabezas de familia no casados frente a las zonas rurales; en esta situación hay un número menor de hijos, pero un mayor número de familiares y empleados convivientes. Estos últimos son probablemente inquilinos o subarrendatarios que, por tanto, aportan una contribución en dinero o en trabajo al cabeza de familia. Dos encuestas inglesas muestran que en las 481 unidades familiares examinadas en el período de 1650-1749 y las 1.900 unidades examinadas en el período de 1750-1821, el número de familiares, personal de servicio, arrendatarios y personas alojadas efectuando un pago representa el 18,2 por 100 en el primer período y el 5,1 por 100 en el segundo. Asimismo, en el período comprendido entre 1650-1749 y 1750-1821, si bien disminuye el personal de servicio, aumenta en cambio el número de familiares presentes en las unidades domésticas³⁷.

Si se toma en consideración a los parientes, el personal de servicio asignado tanto a las tareas domésticas como a la producción de bienes en el hogar, los inquilinos y los hijos en edad laboral, cabe afirmar que el sueldo del cabeza de familia, como ocurre hoy en día en numerosas realidades del tercer mundo, es sólo una parte de la renta familiar. El nivel de vida de las clases populares entre 1650 y 1800 logró aumentar gracias a la expansión de la esfera monetaria, condición primordial para promover la difusión del consumo de los diversos bienes que no son de primera necesidad. De hecho, la renta disponible de las unidades familiares de las clases trabajadoras (al menos de aquellas cuya renta permite mantener el consumo de los bienes ya existentes y añadir otros nuevos) es la suma de la renta que se obtiene del salario y los servicios prestados, entre ellos, el servicio doméstico, pero también los ingresos procedentes de los arrendamientos y otras actividades productivas domésticas, tales como la preparación de alimentos de larga conservación, o actividades realizadas a domicilio, como las tareas de costura para las sastrerías.

Por último, no se debe olvidar que durante el siglo XVIII hubo una expansión considerable de las clases medias, especialmente en la Europa atlántica y en las distintas capitales. En Gran Bretaña, el criterio adoptado a mediados del siglo XVIII muestra que los titulares de rentas anuales que oscilan entre 40 y 50 libras esterlinas, es decir, los que pueden ayudar a mantener a los pobres de las parroquias, forman parte de esa clase media que constituye del 20 al 30 por 100 de la población total. En la segunda mitad del siglo XVIII, los titulares de las rentas que oscilan entre 50 y 400 libras esterlinas aumentan del 15 al 25 por 100 de la población total. En resumen, entre un 60 y un 70 por 100 de la población como mínimo puede comprar de alguna forma los nuevos productos y combinarlos una y otra vez con los ya existentes, contribuyendo a la formación del gusto y, por tanto, a la creación de un nuevo estilo de vida y otras formas de sociabilidad³⁸.

Los inventarios de bienes proporcionan información sobre el consumo teniendo en cuenta la posición social. En Holanda, los principales objetos que poseen los hogares son artículos de plata, muebles, pinturas y porcelanas. Los objetos de plata inventariados aumentan muy rápidamente desde 1670; posteriormente se estabilizan a partir de 1750. Asimismo, se observa que la acumulación de objetos de plata sigue una trayectoria precisa: desde la adquisición de pequeños objetos se pasa, a continuación, a los cubiertos, y después a saleros, teteras y cafeteras para finalizar con la compra de candelabros de plata. En La

Haya, las familias que poseen pequeños objetos de plata representan el 20 por 100 entre 1670 y 1690, y el 16 por 100 en Delft entre 1700 y 1795. Los inventarios muestran que el 80 por 100 de los hogares pobres poseen muebles, de los cuales un 20 por 100 están barnizados o lacados. Los muebles de roble y nogal, y otros importados de Asia, decoran los hogares de las clases medias y de los personajes más acomodados de Delft, La Haya y Leiden, que también poseen muebles de madera de caoba³⁹. La mayor parte de los nuevos bienes es adquirida por las clases medias, las cuales están especialmente interesadas en la compra de mesas, objetos de porcelana, azucareros y muchas manufacturas necesarias para el consumo de las nuevas bebidas. Los 805 inventarios de Ámsterdam del período de 1740-1782 reflejan que más de la mitad de las casas poseen objetos de porcelana, azucareros y productos manufacturados para el consumo de té, café y tabaco⁴⁰.

Los inventarios de París, Toulouse, el centro manufacturero de Aube y de las zonas agrícolas de Bouches-du-Rhône son representativos de la evolución del consumo que se produjo en Francia entre 1711 y 1789. A tenor del análisis y teniendo en cuenta la renta, la condición social y las preferencias de los consumidores, se observa que los bienes asociados al símbolo de rango tradicional (armas, objetos de plata y oro, sillas y cuadros) en 1711-1729 representan más de la mitad de los objetos inventariados que se reducen a apenas un tercio durante el decenio 1771-1779. En cambio los nuevos bienes que se asocian con la nueva condición social (cortinas, espejos, relojes, objetos de porcelana, muebles y accesorios para el té, el café y el chocolate) entre 1700 y 1770 pasan de un tercio a más de la mitad de los bienes del inventario⁴¹.

Como para Holanda y Francia, también para Inglaterra está bien documentada la presencia de los nuevos productos, cuya difusión obviamente favorece el aumento del empleo⁴². Los inventarios de bienes entre 1675 y 1725 confirman la entrada en los hogares de las clases populares, medias y nobles de los nuevos productos de consumo, como tenedores y cuchillos, objetos de porcelana, gafas ópticas, relojes y pinturas. La relación entre el consumo y la condición social es particularmente apreciable en el consumo de las nuevas bebidas no alcohólicas, muy elevado en las zonas urbanas y entre los pequeños propietarios agrícolas. La difusión de los nuevos productos se debe a la emulación, pero también a la reducción de algunos precios de muebles, objetos de madera y vestuario realizados en Inglaterra o importados desde el extranjero⁴³.

La información de Holanda, Francia e Inglaterra sobre la difusión del consumo de los nuevos productos no esboza una trayectoria clara en cuanto a su evolución. Resulta mucho más nítida la evolución del consumo de los bienes denominados «coloniales», es decir, el azúcar, el té, el café, el tabaco, el chocolate y las bebidas alcohólicas como el ron. Para Inglaterra ya en 1663-1669, las importaciones de estos bienes extraeuropeos representan el 16,6 por 100 de las importaciones totales, y casi se duplican en 1750, alcanzando el 27,2 por 100. Seguirán creciendo en 1772 hasta llegar al 35,8 por 100; a continuación, disminuirán para reanudar el crecimiento a finales del siglo XVIII. En el régimen alimenticio de los pobres, que incluye cereales, carne, pescado y leche, aparecen esporádicamente el azúcar y el café entre 1712 y 1770, para convertirse en permanentes a partir de 1783⁴⁴.

Para Gran Bretaña y Francia está bastante claro que la difusión de los nuevos productos y la prevalencia de la elección del consumidor fomentan también la moda y el replanteamiento general sobre la forma de vestir. El vestuario se convierte en el indicador de un estilo de vida que puede establecer un vínculo entre la renta y los deseos, favoreciendo de esa forma no sólo la multiplicación de las compras de prendas de vestir, sino también de otros complementos, que luego pasan a formar parte integrante del vestuario, el gusto y el estilo, como los tocados, los botones, los lazos, las medias y los zapatos. La moda tiene la capacidad de integrar y, por tanto, de innovar una serie de productos y servicios que pueden resaltar el aspecto exterior de la mujer y el hombre. La nueva familia de prendas de vestir tiene efectos multiplicadores que superan los bienes en sí mismos y se convierten en un conjunto articulado de otros bienes y servicios. La difusión de la moda depende en gran medida de la intermediación de los criados y las criadas, la publicidad en la prensa y la vida social que nace de los bailes, las cenas y las bodas. Siguiendo la moda se renuevan los locales comerciales en los barrios centrales de las ciudades, con la aparición de nuevas tiendas especializadas —peluquerías, joyerías y cafeterías— que pueden permanecer abiertas hasta tarde y que renuevan la vida de la ciudad⁴⁵.

La novedad de la nueva sociedad de consumo no debe, sin embargo, hacer olvidar que creció paralelamente a la circulación internacional de bienes de moda. Los productos ingleses, tales como microscopios portátiles, vasos de plomo y cristal o relojes, circulan por toda Europa junto con la porcelana de Delft, los vasos venecianos, las porcelanas y las sedas francesas, pero también con los muebles asiá-

ticos, el algodón indiano, las porcelanas y el té chinos, el tabaco y la caoba. La moda permitió superar los obstáculos que eran expresión de los intereses de los fabricantes locales; por tanto, fueron los consumidores los que proclamaron la victoria del algodón de la India, lo cual obligó a los productores manufactureros ingleses a introducir innovaciones en la producción de textiles para adaptarse al nuevo estilo y a la nueva demanda⁴⁶.

La difusión del consumo de los nuevos productos, y sobre todo de los bienes no europeos, se debe en especial a la síntesis entre el incremento de la renta de las clases medias, la mayor intensidad de trabajo de las unidades familiares de las clases trabajadoras y el aumento del capital humano en las zonas urbanas y rurales. La interacción entre las esferas económica y cultural permitió la expansión del consumo tanto de productos que pertenecen a la familia de los bienes extraeuropeos como de los manufacturados asociados con distintos productos de consumo social tales como vestuario, objetos de decoración y otros para preparar, servir y beber las nuevas bebidas. La excelente información sobre el tabaco, el azúcar y el té en Gran Bretaña muestra cómo entre 1710 y 1806 el consumo crece a un ritmo muy lento para el tabaco (0,08 por 100 al año) y mucho más rápido para el azúcar (4,4 por 100 anual) y el té (3,9 por 100 al año)⁴⁷. Es muy probable que el lento crecimiento secular en el consumo de tabaco sea el resultado del estancamiento de ese producto a partir de 1750, dado que, en la primera mitad del siglo, el consumo per cápita aumenta de 263 a 915 gramos, mientras que en 1790-1799 llega a ser de 1,09 kilogramos per cápita. Esta tendencia se registra también para el té, cuyo consumo aumenta de 20 a 72 gramos per cápita en la primera mitad del siglo XVIII y llega a ser de 96 gramos per cápita en 1790-1799⁴⁸.

Las estimaciones relativas al consumo de otras zonas de Europa muestran que, aunque en Holanda el uso del azúcar es menor frente a Inglaterra, este producto aparece en el régimen alimenticio del orfanato de Ámsterdam en 1639-1659. En Holanda, el consumo de tabaco, té y café es igual o superior al inglés. En cambio, el consumo francés es mucho más bajo que el inglés y el holandés, ya que, incluso a finales del siglo XVIII, el consumo per cápita de azúcar no alcanza el kilogramo, el del tabaco los 200 gramos, la mitad del inglés y una tercera parte del holandés, mientras que el consumo de café es la décima parte del holandés. Las estimaciones relativas al consumo europeo en el decenio de 1780 son las siguientes: dos kilogramos de azúcar per cápita, 500 gramos de tabaco, 420 gramos de café y 110 gramos de té⁴⁹.

El motor de la difusión de los bienes extraeuropeos: los precios y el consumo

A partir del análisis realizado, se observa la dificultad de establecer una correlación precisa entre la renta y el consumo. También muestra que, para hacer frente a la transformación acaecida con respecto al consumo durante la revolución comercial, se debería poder sumar la renta salarial a aquella procedente de otras actividades productivas y de servicios que realizan los miembros de la familia y el personal dependiente que gravita a su alrededor. En esencia, si se tiene en cuenta únicamente la renta familiar se pueden comprender las características de flexibilidad y variabilidad que son necesarias para integrar en la nueva forma de consumo los bienes extraeuropeos.

La flexibilidad y la variabilidad de las rentas se ven afectadas por el ciclo demográfico familiar. La renta tiende a disminuir después del matrimonio con el nacimiento de los hijos y aumenta cuando éstos se incorporan al mundo laboral; pero también se ve condicionada por la coyuntura económica, por la que se produce una expansión o contracción de la demanda de empleo en épocas de crecimiento o de crisis, determinando, por tanto, el aumento o la reducción del consumo.

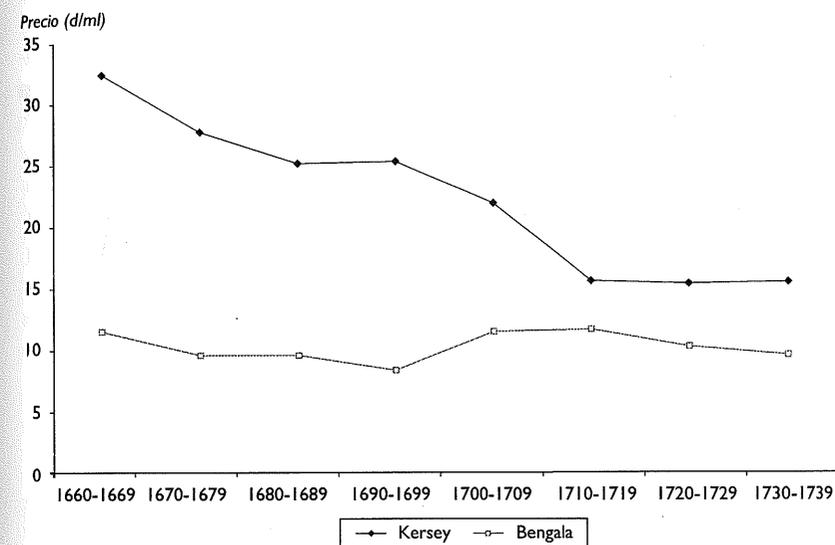
A la luz de estas consideraciones, cabe aducir que la renta destinada al consumo de los bienes ya existentes y al de los nuevos productos posibles, como los extraeuropeos, se refleja en los constantes cambios en la cesta de la compra de bienes de primera necesidad, de comodidad y de lujo que consumen los hogares, así como de los bienes utilizados en sociedad en los cafés, las tabernas y los lugares públicos. Es preciso tener en cuenta, además, la posibilidad de sustituir el consumo de los bienes antiguos por los nuevos, ya sea para reducir el gasto como para satisfacer las preferencias del consumidor por los productos de moda que no necesariamente implican un aumento del gasto.

El gráfico 7.5 permite reflexionar sobre el grado de sustitución de un bien antiguo, el *kersey* —un tejido de lana o de lana y algodón, abrigado y útil como sobretodo— por uno nuevo, un tejido de algodón producido en Bengala e importado a Gran Bretaña por la Compañía las Indias Orientales en la segunda mitad del siglo XVII. El análisis de la evolución del precio del tejido de *kersey* y de Bengala entre 1660 y 1739 muestra la enorme diferencia que existe entre dos telas de composición sustancialmente similar. Entre 1660-1669 y

1690-1699, el bajo precio del tejido indiano obliga a los productores de *kersey* a reducir el precio de venta de 32,4 a 25,3 peniques por metro lineal (-0,5 por 100 anual); esta tendencia a la baja se registra, asimismo, en el algodón indiano al reducirse su precio de 11,5 a 8,4 peniques por metro lineal, es decir, un 0,7 por 100 anual. A pesar de la reducción, la diferencia entre el precio del tejido de *kersey* y de Bengala sigue siendo elevada: 35 por 100 en el decenio de 1660-1669; 33 por 100 en el decenio de 1690-1699. En consecuencia, gracias a la posibilidad de reemplazar el antiguo tejido por el nuevo, el consumidor no sólo reduce su gasto en vestuario, sino que consigue también seguir la moda que prefiere los tejidos indianos.

GRÁFICO 7.5

Precio de los tejidos de *kersey* y de Bengala, 1660-1739



Fuentes: para el *kersey*, C. SHAMMAS, «The decline of textile prices in England and British America prior to industrialization», *Economic History Review*, 3, 1994, pp. 483-507, y para el algodón de Bengala, CHAUDHURI, *The trading world*, op. cit., pp. 542-543.

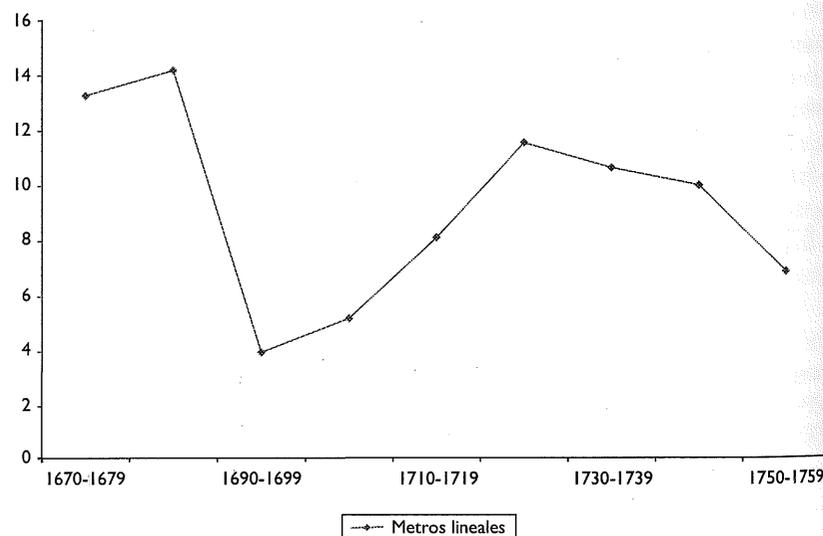
La competencia del algodón de la India fuerza a los productores de *kersey* a reducir aún más el precio, que entre 1690-1699 y 1710-1719 pasa de 25,3 a 15,6 peniques por metro lineal, sin inci-

dir por ello notablemente en el consumo del tejido de la India aun cuando su precio aumenta a una tasa media del 1,3 por 100 al año. Esta competencia es indicativa de la expansión de las posibilidades del consumidor, debido a que el *kersey*, que empieza a producirse como tejido mixto de lana y algodón o de lana y lino, es de ese modo asequible para los nuevos consumidores, que pueden, sin embargo, reemplazarlo por un tejido más económico.

La capacidad de los consumidores de sustituir los tejidos ingleses por los indios puede observarse en el gráfico 7.6. Ello indica, en primer lugar, el grado de penetración de los tejidos indios en Inglaterra y Europa, y, en segundo lugar, su importancia en el cambio de la cesta de la compra: con la reducción de su precio, en relación con el tejido inglés, se obtiene un ahorro neto en el gasto familiar. El incremento del ahorro, sin tener en cuenta la variación total de la renta, puede promover y alentar la entrada de nuevos bienes de consumo. Se debería tener en cuenta que, en la medida en que aumenta el consumo de un nuevo bien y se amplía la oferta, su precio tiende a disminuir, por lo que el consumidor podrá utilizar el posible ahorro para adquirir los nuevos productos o una mayor cantidad de tejido.

GRÁFICO 7.6

Consumo per cápita de los tejidos de la India, 1670-1759



Fuente: SHAMMAS, «The decline of textile prices», *op. cit.*

Los datos disponibles sobre el consumo per cápita de los tejidos indios ponen de relieve que las políticas proteccionistas adoptadas entre 1670 y 1709 disminuyen su consumo en un 46,7 por 100, mientras que la reducción es sólo del 3,8 por 100 entre 1710 y 1759, a pesar del aumento de la competencia de la industria textil inglesa. La sustitución y la competencia entre los tejidos importados y los nacionales dio estabilidad al gasto en vestuario: por tanto, la posible cuota de renta ahorrada sobre el vestuario podía utilizarse para la compra de otros bienes deseados. Esta hipótesis se confirma parcialmente en el incremento del salario real del artesano, que aumenta un 11,5 por 100 y el de su aprendiz, un 6,1 por 100, entre 1670 y 1759⁵⁰.

La sustitución en el consumo de tejidos puede haber favorecido la expansión de los productos de comodidad. Probablemente benefició al azúcar, ya que el consumo per cápita de este producto aumentó de una a tres libras entre 1650 y 1690, para luego alcanzar las diez libras en 1730, proporcionando así a la dieta inglesa un notable enriquecimiento energético. No es cierto que el incremento en el consumo de azúcar dependa exclusivamente del ahorro logrado mediante la sustitución del textil, sino que también puede estar asociado con la disminución hasta la mitad de su precio, que pasa de 26 a 11 peniques por libra. En preciso, por consiguiente, considerar la posibilidad de que la sustitución de los bienes y la difusión del consumo de los nuevos productos dependa de una vinculación más estrecha entre los precios, es decir, que se reduzca el precio de los nuevos bienes y se incremente ligeramente el de los productos de subsistencia.

TABLA 7.2

Precios de los productos agrícolas en Inglaterra, Holanda y Francia, 1650-1799 (incremento anual)

Años	Inglaterra	Holanda	Francia*
1650-1699	-3,60	-0,40	-0,30
1700-1749	-0,03	0,30	0,20
1750-1799	1,10	1,00	0,20

* Sólo los precios del trigo.

Fuentes: para Inglaterra: G. CLARK, «The price history of English agriculture, 1209-1914», *Research in Economic History*, 1, 2004, pp. 41-124. Para Holanda: N. W. POSTHUMUS, *Nederlandsche prijsgeschiedenis*, vol. I, Leiden, Brill, 1943, pp. CVII-CXVIII. Para Francia: H. HAUSER, *Recherches et documents sur l'histoire des prix en France de 1500 à 1800*, París, Presses Modernes, 1936, pp. 107-118.

En Inglaterra, después de una disminución entre 1650 y 1699 y un estancamiento en la primera mitad del siglo XVIII, los precios agrícolas crecen un 1,1 por 100 al año únicamente en la segunda mitad del siglo. Los precios en Ámsterdam siguen una tendencia similar pero con una disminución muy limitada en la segunda mitad del siglo XVII, un pequeño incremento entre 1700 y 1750 y una tasa de crecimiento del 1 por 100 anual en la segunda mitad del siglo. En Francia, el precio del trigo disminuye un 0,3 por 100 anual en la segunda mitad del siglo XVII y registra un crecimiento moderado del 0,2 por 100 anual en el siglo XVIII. En resumen, en los tres países los precios agrícolas que afectan al consumo de bienes de primera necesidad comienzan a crecer sólo después de la consolidación del consumo de los bienes extraeuropeos.

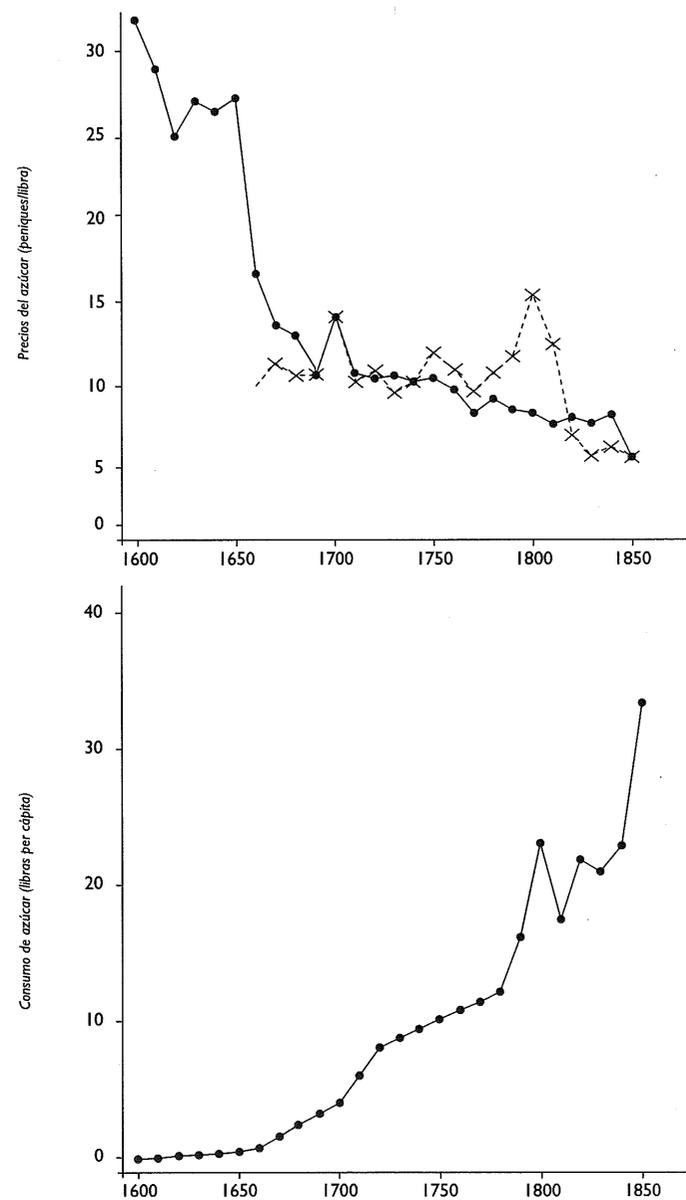
En gráfico 7.7 se observa que en Inglaterra la reducción de los precios es, sin duda, el elemento principal del proceso de incorporación de los nuevos bienes. El precio del azúcar disminuye un 36,4 por 100 entre 1660 y 1700; el del té un 32,3 por 100 entre 1700 y 1750; el del café un 57,1 por 100 entre 1700 y 1760. La sustitución y la reducción del precio no tienen, sin embargo, las mismas repercusiones, como se deduce de la rápida expansión del consumo del azúcar que precede a la difusión del consumo de té y café. El consumo de azúcar se generaliza cincuenta años después del inicio de la reducción de su precio, que comienza en 1650; el consumo de té se difunde también después de 1750, medio siglo después del comienzo de la reducción de su precio; como es el caso del café también, cuyo consumo se generaliza cincuenta años después del inicio de la reducción de su precio, es decir, después de 1800.

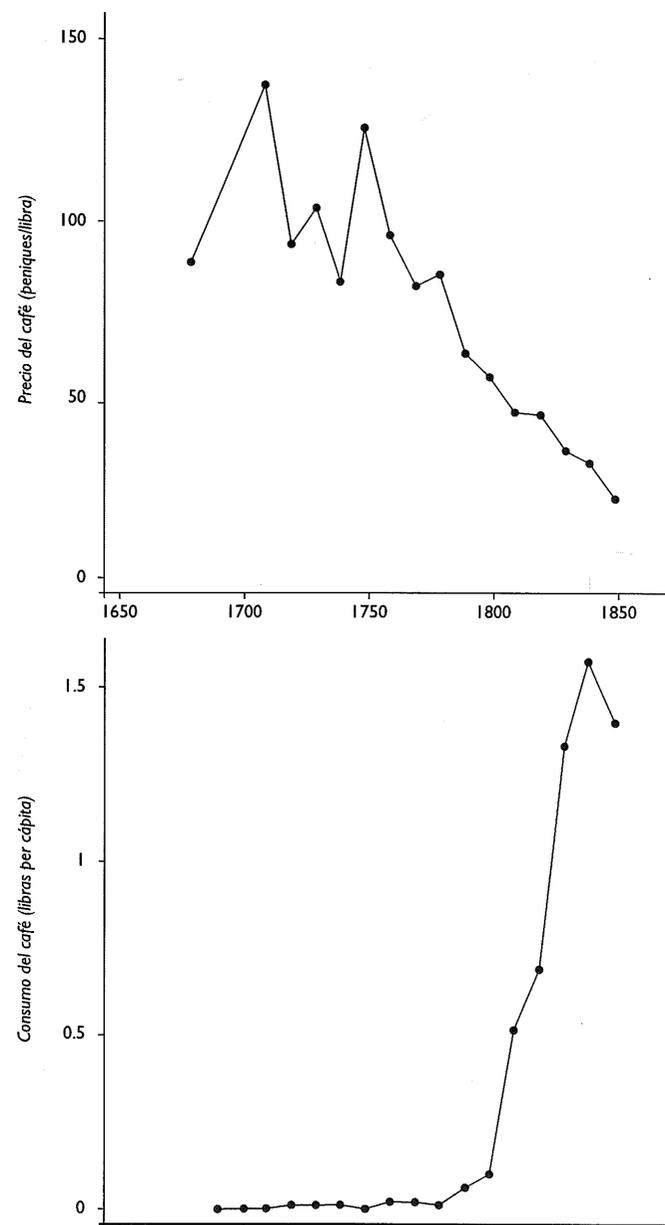
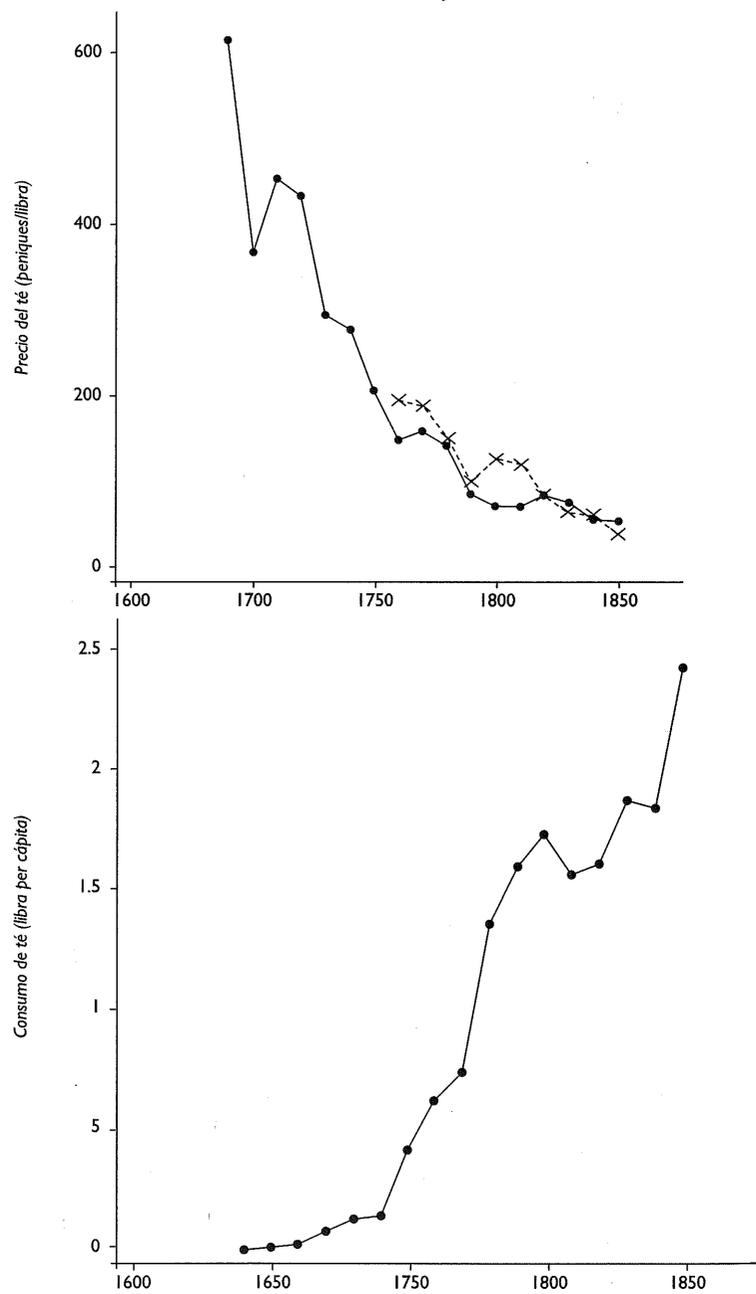
Sin la sustitución del consumo, y sin la reducción o el estancamiento de los precios de los productos alimenticios entre 1650 y 1750, no hubiera sido posible la reorientación de las preferencias del consumidor y, por tanto, la reorganización de la cesta de la compra de los bienes no europeos. En consecuencia, la sola reducción de los precios de los bienes extraeuropeos no se traduce sistemática e inmediatamente en un aumento de su consumo porque, como se ha señalado anteriormente, la generalización del azúcar, el té y el café tiene lugar medio siglo después de la caída de los precios.

Las posibles explicaciones para esta discrepancia diacrónica son dos: la primera, de naturaleza esencialmente económica, se refiere a la lentitud de la sustitución del consumo de los antiguos productos y la duración del estancamiento de los precios de los alimentos,

GRÁFICO 7.7

Precios y consumo de azúcar, té y café en Gran Bretaña





Fuente: J. HERSH y H.-J. VOTH, *Sweet diversity: colonial goods and the rise of European living standards after 1492*, SSRN, Documento de trabajo, 2009.

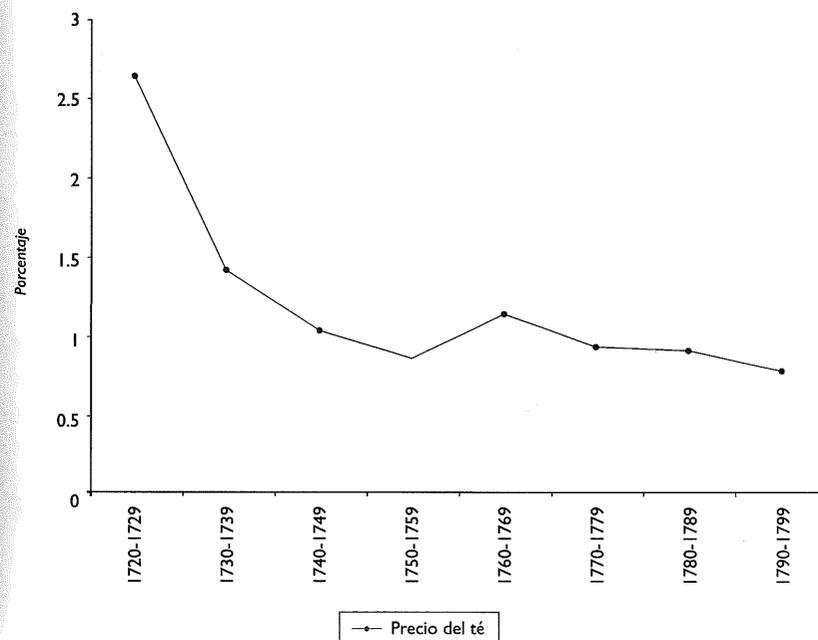
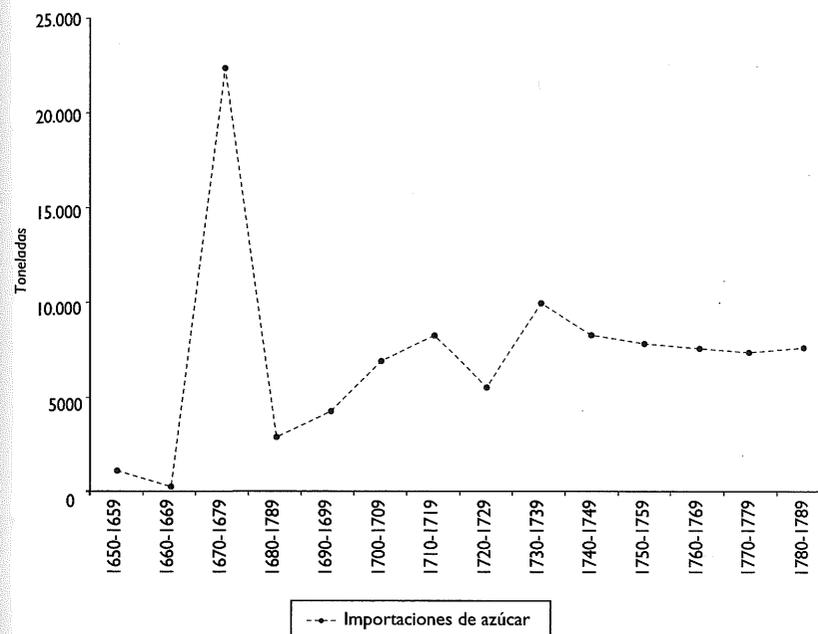
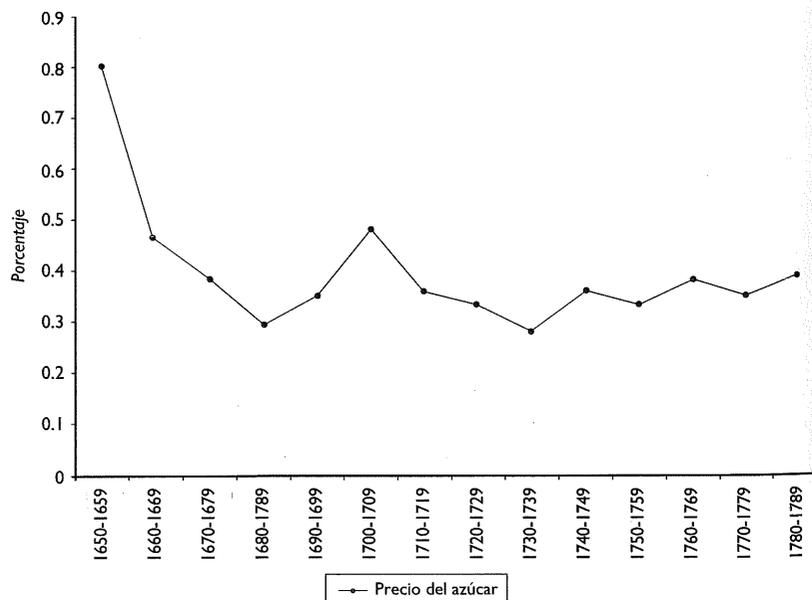
que se traducen en una difusión igualmente lenta del consumo de los nuevos productos; la segunda, de naturaleza social y cultural, se debe a las dificultades encontradas por la despenalización y la libertad de elección del consumo, cuyas características se han abordado en los primeros capítulos del libro, para imponerse en la vida social y pública. No es casualidad, por tanto, que la libertad de consumo se imponga en la segunda mitad del siglo XVIII con el desarrollo de las fuerzas de mercado.

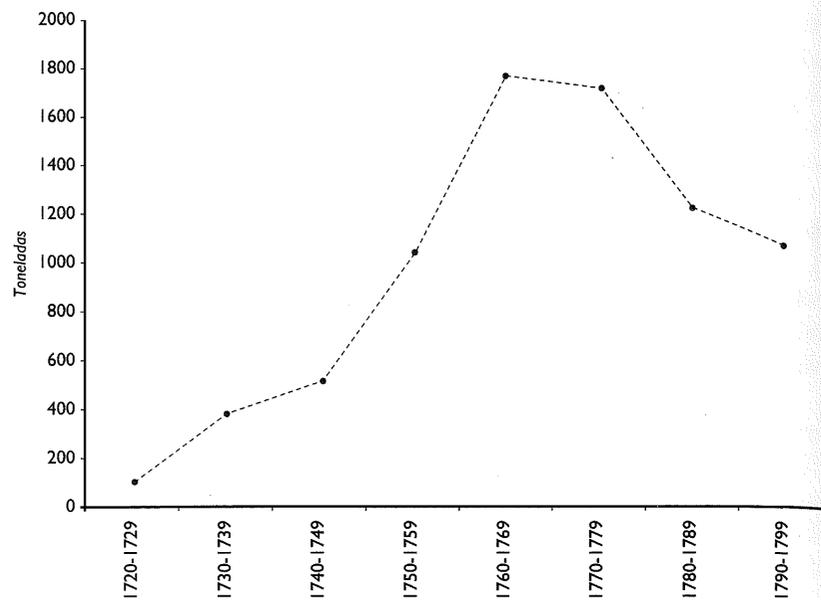
¿En qué medida el caso inglés es representativo de otras realidades europeas? Se ha tratado de describir la variación de los precios y las importaciones materiales de los productos en Holanda y en Francia como indicadores aproximativos de la evolución del consumo.

La información presentada en el gráfico 7.8 muestra que el precio del azúcar disminuye un 62,1 por 100 en Ámsterdam entre 1650 y 1690, lo cual supone una reducción superior a la inglesa. Gracias a esa reducción, se duplica también el consumo holandés de azúcar que, sin embargo, se había beneficiado de las cuotas de ahorro resultantes de

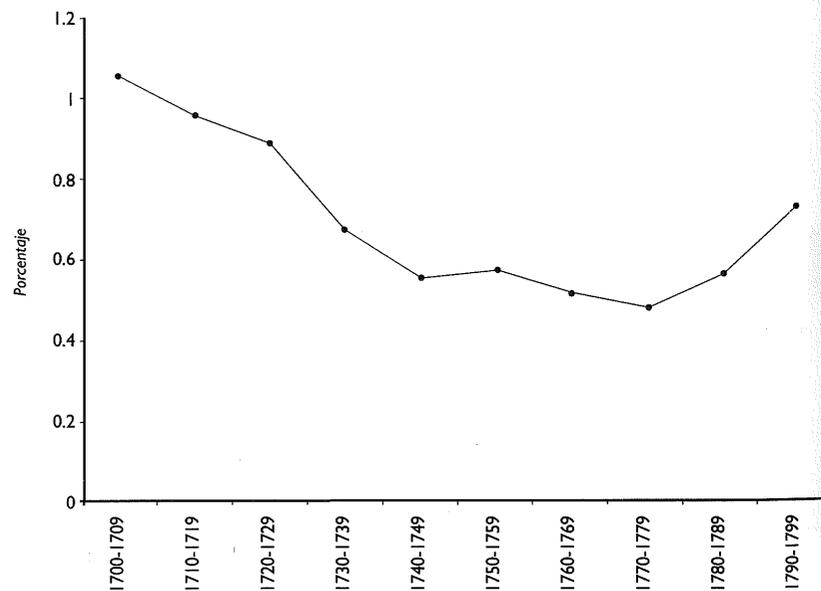
GRÁFICO 7.8

Precios (porcentaje) e importaciones (toneladas) de azúcar, té y café en Holanda

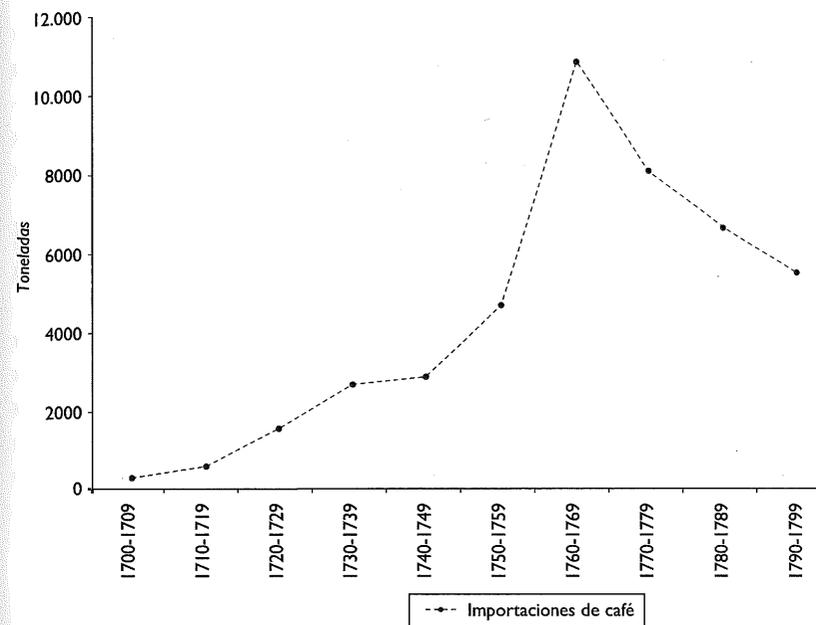




--●-- Importaciones de té



—●— Precio del café



--●-- Importaciones de café

Fuente: POSTHUMUS, *Nederlandsche prijsgeschiedenis*, op. cit., pp. 125-127, 186-187 y 189-190.

la sustitución de los tejidos. Lamentablemente, no se dispone de la información necesaria para comparar el precio y las importaciones de té antes de 1690. Sin embargo, los datos disponibles entre 1720 y 1759 parecen reflejar un fenómeno similar al inglés: el precio disminuye un 32,3 por 100 en Ámsterdam, y en ese período se incrementan considerablemente las importaciones.

En la segunda mitad del siglo XVIII, el precio del azúcar en Ámsterdam tiende a estancarse, y lo mismo ocurre con las importaciones de ese producto. En Inglaterra, sin embargo, el estancamiento del precio se produce paralelamente a un rápido incremento del consumo per cápita, que entre 1750 y 1800 pasa de 11 a 22 libras por persona. El estancamiento del precio puede interpretarse como la integración y la estabilización del azúcar en la cesta de la compra. Lo mismo sucede con el té y el café, que confirman así la concatenación de los productos no europeos en cuanto a la generalización de su consumo.

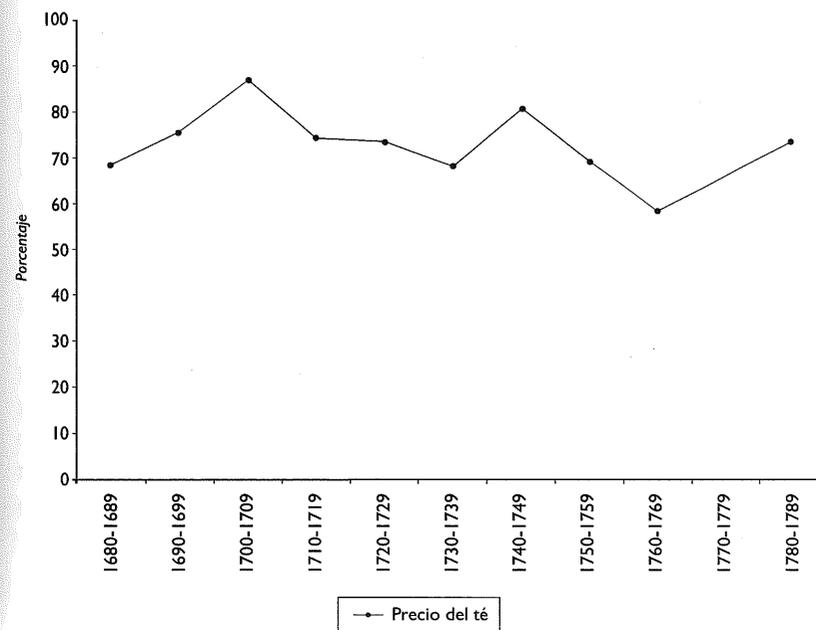
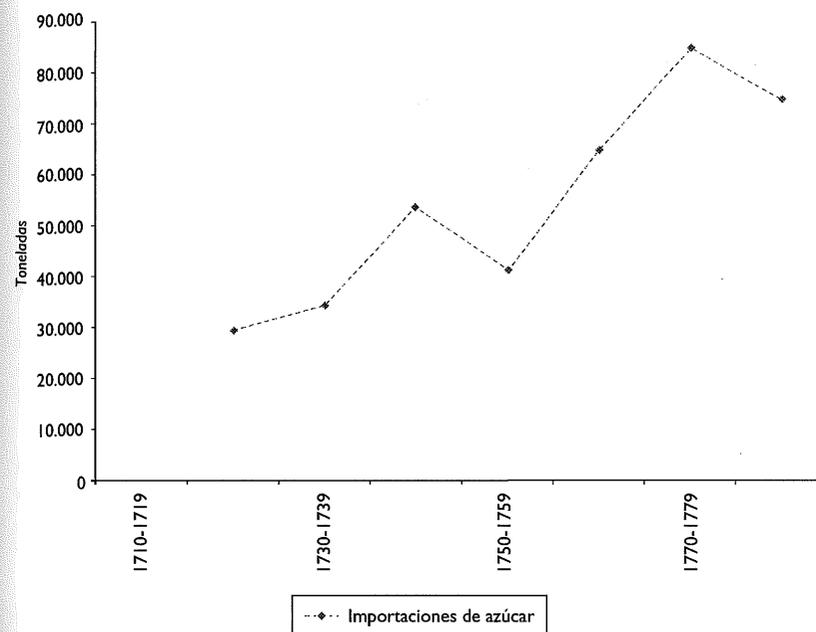
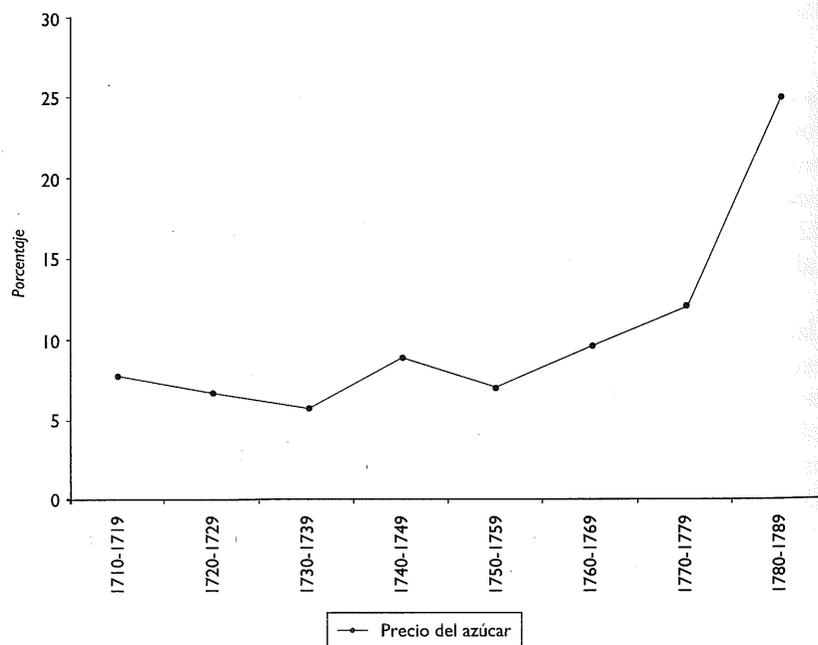
Pero hay una diferencia entre Holanda y Gran Bretaña en la evolución del precio y el consumo del café. En Gran Bretaña, la reduc-

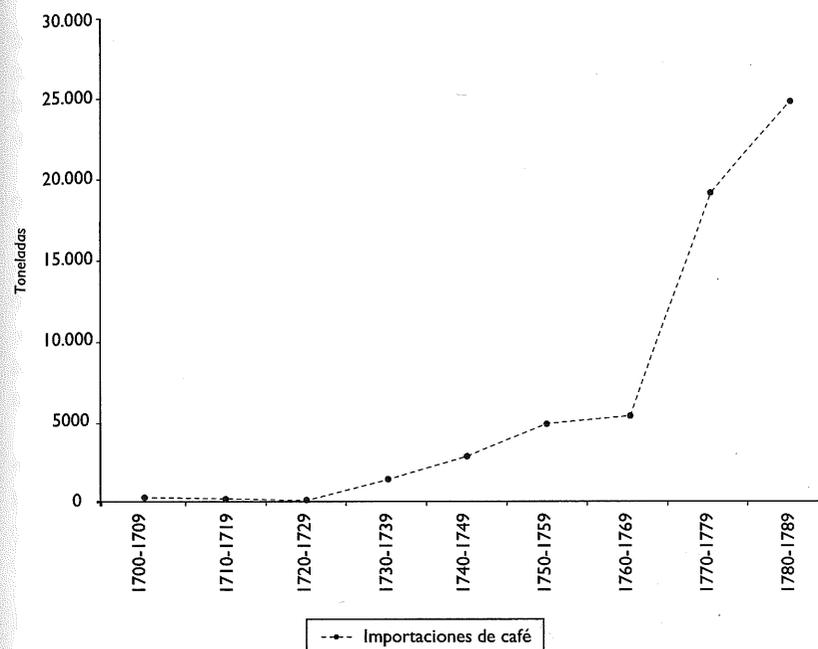
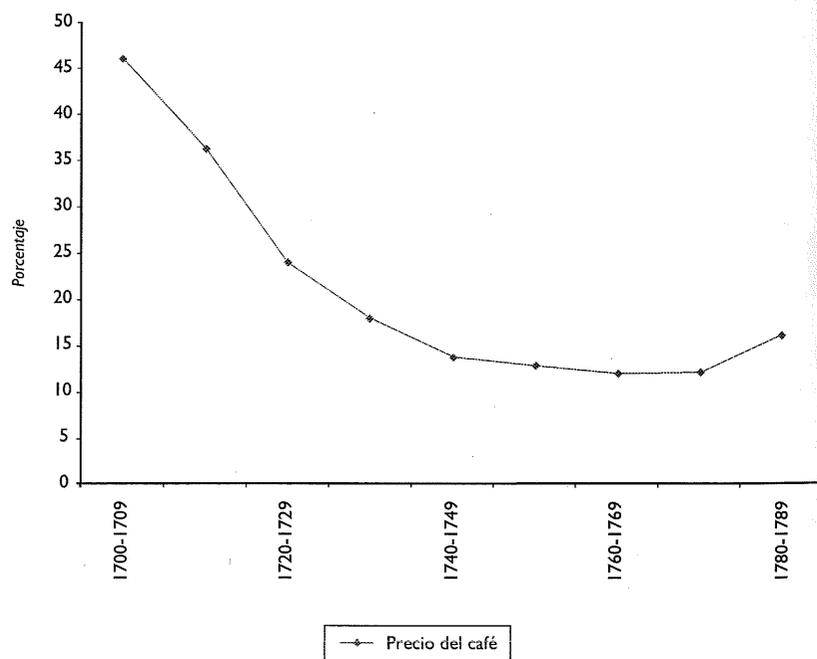
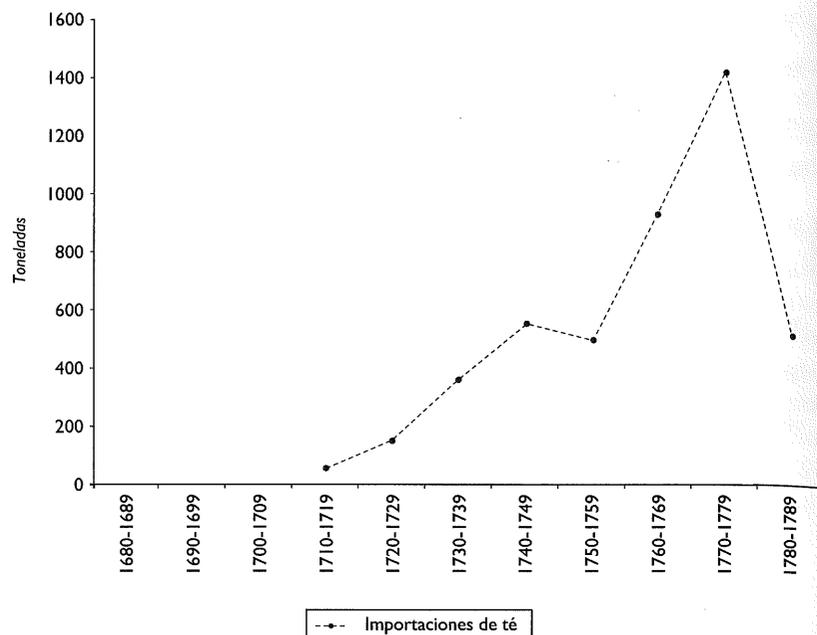
ción del precio del café no redonda en un aumento de su consumo, y en Holanda, entre 1700 y 1770, la disminución del precio se presenta asociada con el crecimiento de las importaciones. Esta divergencia parece mostrar que la difusión del consumo de café en Holanda es anterior a la inglesa, aunque requiera, como en Gran Bretaña, un tiempo de preparación que duró medio siglo.

En el caso de Francia, hasta mediados del siglo XVIII el precio del azúcar se estanca y las importaciones crecen, mientras que durante la segunda mitad del siglo el precio aumenta, como se incrementan también las importaciones del producto. Si se comparan estos datos con los ingleses y holandeses del período de 1720-1750, se observa una clara similitud. La gran diferencia de Francia frente a Gran Bretaña y Holanda se evidencia en la segunda mitad del siglo XVIII, período en el que, en Holanda y Gran Bretaña, el estancamiento del precio se produce paralelamente a un incremento del consumo y las impor-

GRÁFICO 7.9

Precios (porcentaje) e importaciones (toneladas) de azúcar, té y café en Francia





Fuente: HAUSER, *Recherches et documents sur l'histoire des prix*, op. cit., pp. 495-497, 503-505 y 508-509.

taciones, mientras que en Francia los precios tienden a subir de una manera similar al crecimiento de las importaciones. A diferencia de lo que sucede en Inglaterra y Holanda, el precio del azúcar refinado vendido en París aumenta en la segunda mitad del siglo XVIII⁵¹. Por tanto, cabría aducir que en Francia la evolución de los precios y de las importaciones muestra una difusión escasa del consumo de azúcar, a diferencia de lo que sucede en Inglaterra y Holanda.

La evolución del precio y las importaciones de café en Francia confirman la difusión de su consumo en la segunda mitad del siglo XVIII, una vez más, cincuenta años después de la fuerte disminución del precio. En cambio, el crecimiento en el consumo de té es más rápido en la primera mitad del siglo, a pesar de que la disminución del precio sea significativamente inferior a la que se registra en Inglaterra y Holanda.

La participación de los productos no europeos en el nacimiento y la consolidación de la primera forma de consumo moderno es el resultado de una interacción entre las dimensiones económica, social e

institucional, regulada por la dimensión cultural. Esto significa que el consumo adquiere una autonomía de cada una de las dimensiones de referencia, aun existiendo las interacciones que se muestran en el gráfico 7.3 sobre los vínculos entre la revolución comercial y la aparición del consumo moderno.

El completo desarrollo de la interacción sólo es posible cuando se pone término a la subordinación del consumo con la caridad pública y las instituciones eclesiásticas, y también con el progresivo hundimiento de la organización de la sociedad estamental y del modelo mercantilista y prohibicionista de la actividad económica. La desaparición de todos estos límites permitió a las personas y a las familias tomar con más libertad decisiones relativas a la reorganización de la cesta de la compra.

El nacimiento del consumo moderno es posible, sin lugar a dudas, gracias a la acción de los consumidores que se esfuerzan para hacer que la renta familiar sea flexible y variable, es decir, tomando en consideración la orientación de la demanda de trabajo y el ciclo económico. La flexibilidad y la variabilidad del presupuesto familiar permitió su reorganización, a partir de la sustitución de los bienes antiguos de precio elevado por otros de calidad similar pero de precio más reducido, aprovechando la nueva oferta de bienes y la disminución o el estancamiento de los precios de los productos alimenticios, que, por otra parte, siguen siendo uno de los principales bienes de consumo.

El consumo moderno no sólo es comprensible a la luz de la economía, sino que es necesario explicarlo también a la luz de la perspectiva histórica. Los economistas y los sociólogos se han dedicado en especial a determinar las preferencias de los consumidores dentro de la relación que se viene estableciendo entre los bienes nuevos y antiguos, teniendo en cuenta la información sobre la renta, los precios, la aversión al riesgo y la utilidad de los bienes presentes y sustituibles. Los economistas y los sociólogos, sin embargo, han descuidado un elemento de suma importancia para una explicación más amplia: las preferencias del consumidor, como expresión de sus deseos son de naturaleza inmaterial y, por tanto, se adhieren a la esfera cualitativa, es decir, a una dimensión que está al alcance sólo de la historia.

Conclusiones CONSUMO Y CONSUMIDORES

Mis últimas consideraciones tienen como objetivo presentar una visión estilizada del proceso que hizo posible el despegue del consumo en la era moderna; este impulso estimuló la capacidad de los actores sociales para abrirse camino hacia la libertad de consumo y, en general, para tomar decisiones y optar por distintas alternativas.

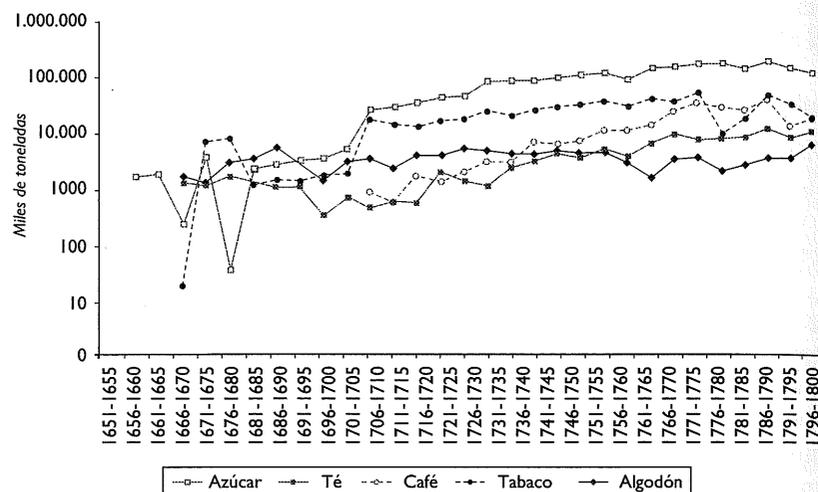
Con este objetivo en mente, he expuesto el recorrido histórico que propició el nuevo consumo en la segunda mitad del siglo XVII. A continuación, he analizado la transición gradual de dicha forma de consumo a lo largo de la primera mitad del siglo XVIII; por último, he abordado en detalle el período de su difusión a lo largo de la segunda mitad del siglo XVIII. Se trata, por tanto, de una reconstrucción diacrónica que permite comprender cómo el consumo y los consumidores interactúan tanto a la luz de los acontecimientos europeos como de la relación entre Europa y las realidades extraeuropeas. Esta consideración fundamental me permite destacar la capacidad inherente al consumo para superar las barreras nacionales y adquirir una dimensión internacional.

La reconstrucción del proceso es incomprensible si se omite el hecho de que la nueva forma de consumo establece múltiples vínculos entre las zonas europeas y extraeuropeas. Si bien el objetivo final de la producción es el consumo, es preciso, no obstante, insistir en que el vector de la transformación que se produjo entre 1650 y 1800 es de hecho el resultado de la nueva interacción entre Europa, América y Asia. La importancia de la interdependencia entre Europa y las zonas no europeas señalada en primer lugar por Jean-François Melon y desarrollada a continuación por Adam Smith, explica cómo los bienes

no europeos benefician a los países que los importan directamente —Holanda, Gran Bretaña, Francia y, en menor medida, Portugal y España—. Además todos estos países, sin comerciar directamente con las zonas extraeuropeas, obtienen un beneficio al enviar sus bienes al extranjero como pago por los productos textiles de China y la India por tabaco, azúcar, té y café.

GRÁFICO 8.1

Importaciones europeas de productos americanos y asiáticos, 1651-1800 (toneladas al año)



El gráfico 8.1 resume la evolución de los productos importados por las tres principales naciones atlánticas, las cuales conservan una parte para su consumo y el resto lo reexportan a las diversas regiones europeas y de Levante. También permite observar que los cinco productos tienen un desarrollo sintónico: una tendencia cíclica en la segunda mitad del siglo XVII, un crecimiento moderado en la primera mitad del siglo XVIII y un período de expansión en la segunda mitad del mismo siglo.

La tabla 8.1 muestra la evolución sintónica del consumo de los productos extraeuropeos a partir de las tasas de crecimiento en los tres períodos señalados. La tabla 8.2, en cambio, mide la solidaridad de los productos no europeos mediante el grado de relación lineal entre los cinco bienes.

TABLA 8.1

Incremento de las importaciones de bienes extraeuropeos, 1661-1800 (tasas de crecimiento)

Años	Algodón	Tabaco	Azúcar	Té	Café
1661-1700	2,5	-3,3	-0,7	0,5	—
1701-1750	0,7	7,1	3,4	3,9	4,7
1751-1800	1,4	-0,8	0,5	2,5	2,8
1661-1800	1,5	1,0	1,0	2,3	3,8

TABLA 8.2

Correlación entre los bienes extraeuropeos, 1661-1800

Bienes	Azúcar	Té	Café	Tabaco	Algodón
Azúcar	1,000	0,898	0,897	0,827	0,362
Té	0,898	1,000	0,882	0,654	0,362
Café	0,897	0,882	1,000	0,534	0,392
Tabaco	0,827	0,654	0,534	1,000	0,260
Algodón	0,362	0,362	0,392	0,260	1,000

La tabla 8.2 muestra una correlación muy positiva para cuatro productos, a saber: el azúcar, el tabaco, el té y el café. En cambio, la correlación entre el algodón de la India y el azúcar, el té y el café es limitada. También es reducida incluso entre el tabaco, el té y el café. Si se observa la correlación a la luz de la evolución histórica cabe aducir, en primer lugar, que los bienes extraeuropeos siguen una orientación sinérgica. La incorporación de los productos de ultramar en el consumo europeo es un proceso que dura por lo menos medio siglo: empieza en la segunda mitad del siglo XVII, se consolida en la segunda mitad del siglo siguiente y el momento desencadenante se identifica con la expansión de las importaciones que aumentan de 3.178 a 48.284 toneladas anuales entre 1661 y 1701. Esto es, se multiplican por 15 con momentos de fuerte expansión y otros de contracción.

Esta primera fase es, sin embargo, la que favorece un cambio en la percepción de los objetos o bienes materiales físicos por parte de los primeros consumidores de productos no europeos. Hasta entonces, tanto los objetos y los bienes —mesas, sillas, trigo y azúcar— como las entidades abstractas e intangibles, entre ellas el miedo, la ira y la indignación, se percibían a partir de su uso práctico o del sentido co-

mún derivado de estructuras cognitivas similares. La primera difusión de los nuevos bienes fue coetánea a la difusión del conocimiento científico de fenómenos naturales, lo cual cambió la percepción material e inmaterial preexistente y fomentó entre los actores sociales una apertura mental a las novedades extraeuropeas.

El cambio de percepción de los nuevos bienes se manifestó en el debate médico sobre la licitud del consumo del tabaco, el té, el café y el chocolate que supuso a finales del siglo XVII un debilitamiento substancial de la medicina hipocrática. La repercusión de esa novedad se encuentra también en el debate económico, dado que el consumo de los bienes procedentes de otras zonas del mundo contribuyó a socavar la idea mercantilista de la balanza comercial.

Al tener presente que la reorientación del consumo se basa en un cambio en la percepción de los bienes en función de sus características, así como en el contexto económico que incentiva la circulación de los productos puestos a disposición gracias a la revolución comercial, es preciso reconocer que los productos no europeos actuaron como detonante del nuevo patrón de consumo.

Bernard de Mandeville fue el primero en reunir las distintas instancias culturales, económicas y sociales al analizar el consumo. Este autor sostenía que, además de las necesidades de mera subsistencia, había otras destinadas a que la vida fuera más cómoda, es decir, modificó la percepción de los bienes de lujo: la connotación negativa basada en el sentido común desaparece al atribuir a estos bienes el valor de necesidades razonables. Mandeville puso de ese modo fin a la validez de la idea mercantilista según la cual la adquisición de bienes de lujo era fuente de empobrecimiento para sostener que su consumo promovía la emulación y el deseo de superación, que despierta entre los hombres el orgullo por alcanzar un nivel de vida mejor.

Esta reconstrucción expresa el cambio que tiene lugar en la primera mitad del siglo XVIII acerca de los bienes no europeos que pasaron a ser concebidos como productos que proporcionan comodidad y bienestar. Tal pasaje se produce en la primera mitad del siglo XVII y es sin duda significativo porque es la consecuencia de los cambios acaecidos en las prácticas sociales y económicas. De hecho, a partir de la observación de los gustos y las necesidades, las tendencias y la actitud hacia el trabajo, los economistas de la primera mitad del siglo XVIII comprendieron que las prácticas económicas están inmersas en el orden social (tal como argumentó mucho después Karl Polanyi) y que no emergen de una racionalidad ni son determinadas por

fuerzas externas a la voluntad humana. La incipiente economía política logró mostrar, por tanto, cómo las prácticas económicas son el resultado de un proceso de aprendizaje que promueve el desenvolvimiento de comportamientos lógicos.

No se sabe, y tal vez sea difícil de comprender, cómo se formula el aprendizaje que lleva a identificar los diferentes órdenes de consumo a partir de la consideración de las distintas propiedades de los bienes y la definición de las preferencias del consumidor que vinculan los consumos de los bienes materiales con la satisfacción de los deseos y las necesidades. Es probable que sea el momento en que comienza, como señaló Baudrillard en el siglo pasado, la lógica del consumo basada en el signo y la diferenciación que puede armonizar la lógica de las operaciones prácticas, de la que deriva su utilidad; la lógica de la equivalencia, de la que deriva la relación entre el consumo y el mercado; la lógica de la diferenciación, de la que deriva la condición social; la lógica de la ambivalencia, de la que deriva la donación y el símbolo presentes en el consumo. En otras palabras, en la primera mitad del siglo XVIII, se difunde la utilidad del conjunto de los bienes extraeuropeos, su relación con el mercado y los componentes sociales y simbólicos derivados del gusto y la condición social del consumidor.

Los economistas del siglo XVIII, y sobre todo los sensistas, argumentan que el consumo acaba entrelazándose con las dimensiones del consciente y el inconsciente, y que en el proceso de aprendizaje de los consumidores lleva a desarrollar un capital social inédito precisamente gracias al estímulo del consumo de los nuevos bienes.

De hecho, en el gráfico 8.1 se observa que en la primera mitad del siglo XVIII, el consumo de los nuevos bienes supera la inestabilidad que le caracteriza en la segunda mitad del siglo XVII. La información del gráfico 8.1 hace pensar que el proceso de aprendizaje surge de la combinación constante, tanto consciente como inconsciente, entre valores económicos, sociales y simbólicos por parte de los consumidores. Así nace la indisolubilidad axiológica entre estos valores que aún hoy caracterizan el consumo. En el gráfico se observa que, en la medida en que el consumidor desarrolla la nueva forma de consumo, las importaciones crecen regularmente.

Los economistas previos a Adam Smith, desde Melon hasta Hume, sin olvidar a los fisiócratas, muestran que los distintos conjuntos de bienes se organizan de forma jerárquica. Ellos fueron capaces de distinguir, a partir de un análisis de las necesidades humanas, entre los

bienes de subsistencia y los de bienestar, comodidad, lujo y ostentación. Cada uno de estos conjuntos de bienes tiene una elasticidad diferente que refleja la relación entre las necesidades y la renta.

La cultura económica de la primera mitad del siglo XVIII empieza a comprender que la calidad del consumo evoluciona o puede evolucionar en función de la demanda, que a su vez se ve afectada por ingresos absolutos mensurables, pero también por la cuota de la renta derivada de la propensión del consumidor a sustituir bienes antiguos o ya existentes por otros nuevos, teniendo en cuenta los precios relativos. En el siglo XVIII, los precios de los productos de subsistencia se caracterizan por una gran variabilidad y una tendencia a la baja de los bienes de comodidad, con el resultado de que, una vez satisfechas las dos primeras necesidades, el consumo de bienes de lujo o de ostentación se cuantifica en función de la relación entre el precio de la oferta y los ingresos residuales.

Un segundo indicador de la difusión de la nueva forma de consumo es la lógica subyacente al ingreso familiar, que, tal como se ha señalado en el séptimo capítulo, se caracteriza por la capacidad de hacer flexible y variable la cesta del consumo. Este argumento llevó a la lógica de la flexibilidad y la diversificación según el ciclo de la vida familiar y la demanda de trabajo. Estas condiciones contribuyeron significativamente al desarrollo de la capacidad de la familia para substituir el consumo de bienes existentes por otros nuevos.

La consecuencia de la nueva lógica del consumidor se observa en la reorganización de la cesta de la compra en la que llega a ordenar las complejas relaciones entre los conjuntos de bienes susceptibles de ser consumidos y a vincularlos tanto con sus ingresos como con la necesidad de tomar una decisión respecto al consumo productivo e improductivo. Cabe aducir que la libertad económica encuentra su capacidad de expansión en el trabajo cotidiano de alternar los bienes que compra.

La nueva expresión del consumo se manifiesta plenamente en la segunda mitad del siglo XVIII, en el momento de máximo desarrollo de la revolución comercial. Es decir, cuando el consumidor ha alcanzado la plena madurez con arreglo a la cultura económica moderna.

En el tercer capítulo se presta especial atención a la innovación que se produce en la cultura económica al abandonarse la idea de los derechos naturales de origen religioso y la nueva afirmación de que la libertad es inherente al hombre en cuanto tal. Se ha insistido en que ese paso confirmó la noción de la libertad económica y la del derecho

del hombre a la libertad de comercio y consumo. Según Adam Smith, el punto de partida de las decisiones humanas, en general, y del consumidor, en particular, se basa en el «sistema obvio y sencillo de la libertad natural». Esta libertad significa que las pasiones y los objetivos económicos compartidos por otros individuos organizan de forma colectiva un sistema de preferencias que favorece todas las acciones sociales, incluidas aquellas que guardan relación con el consumo.

Al definir nuevamente las decisiones del consumidor en la economía política del último tercio del siglo XVIII, se percibe que se reconocen las prácticas de consumo activadas a lo largo de la primera mitad del siglo XVIII y se reflexiona sobre ellas. Esta fase permite al consumidor comprender la importancia y las características de los diferentes bienes. El consumidor aprendió a clasificar y a establecer jerarquías respecto a las características de los bienes y a elegirlos teniendo en cuenta su gusto, según la simpatía, la imitación, la inclinación y el dictamen de la moda.

Al volver a recorrer el camino de la segunda mitad del siglo XVIII que consolidó la acción del consumidor, se tiene la impresión de que las preferencias adquiridas por una generación se transfieren y se perfeccionan en la siguiente. Se expande, por tanto, el capital social del consumidor, que crece también gracias a las relaciones interpersonales entretendidas por el consumo social.

Los economistas muestran que la pluralidad de combinaciones que efectúan los consumidores se realiza conforme a las características presentes en los diferentes conjuntos de bienes. Adam Smith retoma las indicaciones proporcionadas por los economistas de la primera mitad del siglo XVIII y establece otra distinción fundamental entre consumo productivo e improductivo, lo cual le permite entender otro nivel de toma de decisiones por parte de los consumidores. Gracias a la distinción entre consumo productivo e improductivo se logra comprender por qué el consumo forma parte integrante de la riqueza de las naciones en cuanto la renta personal y familiar que se orienta hacia el consumo contribuye, junto con las inversiones de capital, al crecimiento económico.

La forma incipiente de consumo, señalada reiterativamente a lo largo de este estudio, nace, crece y se fortalece gracias a la nueva interacción con otras zonas del mundo, especialmente en América y Asia. De haber existido únicamente la producción tradicional europea de bienes de subsistencia y de lujo, la libertad de consumo no hubiera podido dar el salto cualitativo que de hecho dio, en cambio,

con la ayuda de los productos de comodidad procedentes de fuera de Europa. La importancia de esta relación internacional es evidente en el vínculo que se establece entre la producción extraeuropea y el consumo europeo, relación que subyace a la elaboración de estrategias económicas, sociales y culturales sin las cuales las tres zonas del mundo no hubieran podido interactuar. El vínculo entre la producción no europea y el consumo europeo, regulado por las reexportaciones e importaciones en Europa, no es, por tanto, automático, sino que refleja la multiplicidad de relaciones existentes durante la revolución comercial.

La importancia del algodón de la India y sus repercusiones en las manufacturas de textiles en Europa es, sin lugar a dudas, el detonante del cambio. Su aparición en Holanda y Gran Bretaña, incluso antes de 1650, confirma la capacidad de los productores y comerciantes de la India, que cuentan con la experiencia adquirida en el comercio de textiles con Asia y Oriente Medio. Es así que ofrecen sus productos a los agentes de las compañías privilegiadas, que saben además adaptarlos al gusto europeo. Para llegar a los mercados europeos, el algodón de la India debió mostrar su capacidad para competir con los tejidos europeos tanto en costos como en calidad. El algodón de la India se reexportó al resto de Europa y a América y fue la vestimenta de los esclavos y, en África, la forma de pago a cambio de los esclavos que se llevaban al continente americano. Por tanto, cabe sostener que la competencia fue en parte fruto de las relaciones entre productores y comerciantes de la India, Asia, Europa, América y África.

La relación entre los productores no europeos y los consumidores europeos tuvo un fundamento común: el valor de uso y el valor de cambio. El tabaco marca el comienzo de la era del consumo social y se difunde en Europa gracias a la estrecha relación entre los productores y los comerciantes de Virginia, el Brasil y Venezuela con los comerciantes ingleses, portugueses y españoles. El vínculo que se establece mediante el mecanismo de la reexportación entre los comerciantes europeos y africanos es otra característica, ya que el tabaco era la mercancía privilegiada para la compra de esclavos. La competencia que se creó en torno al tabaco extraeuropeo no limitó la difusión de la producción europea, sino que reforzó la agricultura comercial en las diferentes regiones de Europa.

En reiteradas ocasiones se ha señalado que el azúcar, el té y el café son bienes con características sinérgicas. De hecho, el incremento en las importaciones de té y café depende un 80 por 100 del crecimiento

de las importaciones de azúcar, pese a que para llegar al consumidor estos productos desarrollen comportamientos diferentes. La mayor parte de la producción de azúcar se transfiere de Asia a América; el café se produce en Yemen y se lleva a Java y las Antillas francesas, holandesas e inglesas; el té cuenta con una organización productiva en manos de las autoridades imperiales y de un tipo particular de comercio administrado por funcionarios imperiales y comerciantes chinos.

Los productores y comerciantes americanos y asiáticos tienen una función decisiva en la organización que garantiza el consumo europeo. Además, su asociación con comerciantes europeos aumenta la competencia comercial, la cual reduce los precios al consumo y alienta la difusión de los productos y, por tanto, fomenta la demanda.

A partir de la relación entre la producción y el consumo de productos no europeos se logra comprender la importancia de la competencia empresarial. Se ha argumentado en el sexto capítulo, que estamos en presencia de una competencia oligopólica, debido a que las relaciones entre comerciantes europeos y no europeos hacen que la oferta esté controlada por un número reducido de grandes comerciantes capacitados para influir directamente en los precios. Cabe añadir, sin embargo, que las zonas de producción en América en comparación con las asiáticas tienen una mayor capacidad para adaptarse a la forma de competencia imperfecta del oligopolio.

La mayor capacidad americana frente a la asiática depende de la función de la producción basada en el uso extensivo de los recursos naturales en presencia de una oferta de mano de obra limitada, lo cual obliga a los productores a introducir innovaciones tecnológicas para reducir el costo del trabajo de los esclavos y de la mano de obra servil. En Asia (en Java), los productores tanto de azúcar como de café tuvieron que lidiar con otros más interesados en el comercio intraasiático que en competir para entrar en el mercado europeo, probablemente debido a los costos de transacción derivados del control monopolístico de las compañías privilegiadas europeas.

Espero haber ayudado al lector del libro a comprender la importancia teórica, histórica y social de los nuevos consumos modernos, gracias al detonante de la aparición en Europa de los productos de América y Asia. Espero, asimismo, haber presentado una visión clara de la compleja dinámica y articulación de los fenómenos analizados.

Quisiera cerrar estas páginas con algunas observaciones de David Ricardo, epílogo de la economía política clásica, que en un cierto sentido sella mi relato histórico y abre el mundo científico a nuevas

y profundas reflexiones acerca de los fenómenos de la economía y el consumo. Si en Adam Smith está presente la idea de que el fin de la producción es el consumo, David Ricardo no hace más que reiterar tal concepto. Para el autor de los *Principios de economía política y tributación*, el consumo es la base de todo progreso humano: «los amigos de la humanidad no pueden sino desear que las clases trabajadoras de los países tengan gusto por las comodidades y la diversión, y que se les estimule por todos los medios legales en sus esfuerzos para procurárselas» (V). Es también el fundamento de la reproducción de la esfera económica y social, ya que «no puede haber mayor error que suponer que la falta de consumo aumenta el capital» (VIII).

Todos los grandes economistas posteriores a Ricardo reconocen que el consumo es el detonante del desarrollo del sistema económico, pero también saben que puede ser el vector de las crisis del sistema.

NOTAS

Capítulo I

¹ J. G. A. POCOCK, *The Machiavellian moment. Florentine political thought and the Atlantic republican tradition*, Princeton, Princeton University Press, 1975, pp. 423-461.

² Algunos elementos en J. A. APPLEBY, *Economic thought and ideology in seventeenth-century England*, Princeton, Princeton University Press, 1978, pp. 3-7.

³ A. SMITH, *An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations* (1776), traducción italiana de A. y T. Biagiotti, *La ricchezza delle nazioni*, libro IV, cap. 9, Turín, UTET, 1975, pp. 825 y 851-852. En adelante, RN.

⁴ J. SEKORA, *Luxury. The concept in Western Thought, Eden to Smollett*, Baltimore, Johns Hopkins University Press, 1977, pp. 47-51.

⁵ *Ibid.*, p. 51.

⁶ APPLEBY, *Economic thought, op. cit.*, p. 96.

⁷ *Ibid.*, pp. 219-220, y POCOCK, *The Machiavellian, op. cit.*, p. 428.

⁸ I. HONT, *Jealousy of trade: international competition and the nation-state in historical perspective*, Cambridge Mass., Belknap Press, 2005, pp. 264-265.

⁹ *Ibid.*, pp. 205-215.

¹⁰ *Ibid.*, p. 211.

¹¹ C. J. BERRY, *The idea of luxury. A conceptual and historical investigation*, Cambridge, Cambridge University Press, 1994, pp. 110-125.

¹² A. CLÉMENT, «Les mercantilistes et la question coloniale au XVI^e et XVII^e siècles», *Outre-mers: revue d'histoire*, 2005, pp. 348-349 y 1-25; *id.*, «English and French mercantilist thought and the matter of colonies during the 17th century», *Scandinavian Economic History Review*, 3, 2006, pp. 291-323.

¹³ APPLEBY, *Economic thought, op. cit.*, pp. 166-167.

¹⁴ *Ibid.*, pp. 167-168.

¹⁵ T. HUTCHINSON, *Before Adam Smith. The emergence of political economy, 1662-1776*, Oxford, Blackwell, 1988, p. 84, y CLÉMENT, «Les mercantilistes...», *op. cit.*, pp. 128-129.

¹⁶ C. DAVENANT, «That foreign trade is beneficial to England» (1697), en *Discourses on the public revenues and on trade*, vol. I, Londres, R. Horsfield, 1771, pp. 348-358.

- ⁹⁰ CARRINGTON, *The sugar industry*, op. cit., p. 15.
- ⁹¹ BUTI, «Marseille entre Moka et café des îles», op. cit.; L. MEIGNEN, «Esquisse sur le commerce français du café dans le Levant au XVIII^e siècle», en J. P. FILIPPINI et al. (dir.), *Dossiers sur le commerce français en Méditerranée orientale au XVIII^e siècle*, Paris, PUF, 1976, pp. 103-150.
- ⁹² MEIGNEN, «Esquisse sur le commerce français», op. cit.
- ⁹³ R. W. FOGEL y S. L. ENGERMAN, *Time on the cross. The economics of American negro slavery*, vol. I, Boston, Little Brown, 1974, pp. 59-106.
- ⁹⁴ CARRIÈRE, *Négociants marseillais*, op. cit., vol. I, p. 362; *Mémoire sur l'entrepôt 1703, Mémoire sur le commerce du café 1726, y Réflexions sur le bénéfice permettant l'entrée du café 1736*, Archive Chambre de Commerce de Marseille, Série H112.
- ⁹⁵ Lettre de Mgr. Orry, Contrôleur général des finances, 20 juillet 1732 y Déclaration du Roy, 22 septembre 1732, Archive Chambre de Commerce de Marseille, Série H114.
- ⁹⁶ Arrêt du Conseil d'État du Roy, 29 mai 1736, Archive Départemental Loire Atlantique, C 728.
- ⁹⁷ BUTEL, *Les négociants bordelais*, op. cit., p. 64.
- ⁹⁸ S. D. SMITH, «The early diffusion of coffee drinking», en TUCHSHERER (dir.), *Le commerce du café*, op. cit., pp. 245-270, y SCHUMPETER, *English overseas trade*, op. cit., pp. 60-61.
- ⁹⁹ TOLOZAN, *Mémoire sur le commerce*, op. cit., pp. 629-630 y 646-656, y CARRIÈRE, *Négociants marseillais*, op. cit., pp. 372-373.
- ¹⁰⁰ MOREAU DE JONNES, *Le commerce au dix-neuvième siècle*, op. cit., pp. 260-261.
- ¹⁰¹ BUTI, «Marseille entre Moka et café des îles», op. cit.
- ¹⁰² *Ibid.*; MALVEZIN, *Histoire du commerce de Bordeaux*, op. cit., vol. II, pp. 302-305; JEULIN, *L'évolution du port de Nantes*, op. cit., pp. 238-239, y DARDEL, *Commerce, industrie et navigation*, op. cit., pp. 566 y 568.
- ¹⁰³ M. MORINEAU, «La balance du commerce franco-néerlandais et le resserrement économique des Province-Unies au XVIII^e siècle», *Economisch-Historisch Jahrbuch*, XXX, 1963-1964, pp. 170-233.
- ¹⁰⁴ JOHANSEN, «How to pay for Baltic products?», op. cit.
- ¹⁰⁵ BUTEL, *Les négociants bordelais*, op. cit.
- ¹⁰⁶ BUTI, «Marseille entre Moka et café des îles», op. cit., y *Sorties à destination des pays étrangers*, op. cit.
- ¹⁰⁷ MEIGNEN, «Esquisse sur le commerce», op. cit.
- ¹⁰⁸ D. MARGARIZ, *Foires et marchés dans la France préindustrielle*, Paris, Éditions de l'École des Hautes Études en Sciences Sociales, 1988, pp. 101-103.
- ¹⁰⁹ P. LEON, «Vie et mort d'un grand marché international. La foire de Beaucaire, XVIII^e-XIX^e siècle», *Géocarrefour*, 4, 1953, pp. 309-324, y RAMBERT, *Histoire du commerce de Marseille*, op. cit., vol. VII, pp. 124-125.
- ¹¹⁰ DERMIGNY, *La Chine et l'Occident*, op. cit., vol. II, pp. 564-571.
- ¹¹¹ BUTEL, «Les négociants allemands de Bordeaux», op. cit., vol. II, pp. 589-614; SCHNEIDER, «The effects on european markets», op. cit.; Archive Chambre de Commerce de Marseille, Fonds Roux Frères 1735-XIX^e siècle, L 09/1017, 1175 y 1177, y Archive Départemental Loire Atlantique, C 728.
- ¹¹² P. GARDEY, *Négociants et marchands de Bordeaux. De la guerre d'Amérique à la restauration (1780-1830)*, Paris, Presses de l'Université Paris-Sorbonne, 2009, pp. 33-41 y 258-261.

Capítulo VII

- ¹ N. MCKENDRICK, «Introduction», en N. MCKENDRICK, J. BREWER, J. H. PLUMB (dirs.), *The birth of a consumer society. The commercialization of eighteenth century England, Europe*, Londres, 1982, pp. 1-33.
- ² SMITH, *Consumption and the making of respectability*, op. cit., pp. 5-8.
- ³ BAUDRILLARD, *La société de consommation*, op. cit., pp. 21-24.
- ⁴ J. DE VRIES, *European urbanization, 1500-1800*, Cambridge (Mass.), Harvard University Press, 1984, pp. 3-13.
- ⁵ *Ibid.*, pp. 28-31.
- ⁶ *Ibid.*, pp. 32-34.
- ⁷ *Ibid.*, pp. 138-141.
- ⁸ J. L. PINOL, *Histoire de l'Europe urbaine*, vol. I, Paris, Seuil, 2003, pp. 614-624.
- ⁹ D. ACEMOGLU, S. JOHNSON y J. ROBINSON, «The rise of Europe: Atlantic trade, institutional change, and economic growth», *American Economic Review*, 3, 2005, pp. 546-589.
- ¹⁰ P. BAIROCH, *Cities and economic development. From the dawn of history to the present*, Chicago, Chicago University Press, 1988, pp. 185-188.
- ¹¹ ACEMOGLU, JOHNSON y ROBINSON, «The rise of Europe», op. cit., y R. C. ALLEN, «Progress and poverty in early modern Europe», *Economic History Review*, 3, 2003, pp. 403-443.
- ¹² F. BRAUDEL, *Civilisation matérielle, économie et capitalisme, XV^e-XVIII^e siècle*, vol. I, Paris, Armand Colin, 1979, pp. 426-430.
- ¹³ E. A. WRIGLEY, «Urban growth and agricultural change: England and the Continent in the early modern period», en E. A. WRIGLEY, *People, cities and wealth. The transformation of traditional society*, Oxford, Blackwell, 1987, pp. 157-193, y ALLEN, *The British Industrial Revolution*, op. cit., p. 56.
- ¹⁴ R. C. ALLEN, «Economic structure and agricultural productivity in Europe, 1300-1800», *European Review of Economic History*, 3, 2000, pp. 1-25, e fd., *The British Industrial Revolution*, op. cit., pp. 57-79.
- ¹⁵ Cfr. cap. IV, apartado tercero.
- ¹⁶ Cfr. cap. III, apartado segundo. Véase también E. A. WRIGLEY, «A simple model of London's importance in changing English society and economy, 1650-1750», en WRIGLEY, *People, cities and wealth*, op. cit., pp. 133-155.
- ¹⁷ G. CLARK, M. HUBERMAN y P. H. LINDERT, «A British food puzzle, 1700-1850», *Economic History Review*, 2, 1995, pp. 215-237.
- ¹⁸ R. C. ALLEN, «The great divergence in European wages and prices from the Middle Ages to the First World War», *Explorations in Economic History*, 3, 2001, pp. 411-447, e fd., «Real wages in Europe and Asia: a first look at the long-term patterns», en R. C. ALLEN, T. BENGTTSSON y M. DRIBE (dirs.), *Living standards in the past: New perspectives on well-being in Asia and Europe*, Oxford, Oxford University Press, 2005, pp. 111-134.
- ¹⁹ J. L. VAN ZANDEN, «Wages and the standard of living in Europe, 1500-1800», *Economic Review of Economic History*, 2, 1999, pp. 175-197.
- ²⁰ G. CLARK, «The condition of the working class in England, 1206-2004», *Journal of Political Economy*, 6, 2005, pp. 1307-1340.

²¹ C. H. FEISTEIN, «Pessimism perpetuated: real wages and the standard of living in Britain during and after the Industrial Revolution», *Journal of Economic History*, 3, 1998, pp. 625-658.

²² R. C. ALLEN, *Pessimism preserved: real wages in the British Industrial Revolution*, Documento de trabajo núm. 314, Department of Economics, Oxford, 2007.

²³ M. OVERTON, «Land and labour productivity in English agriculture, 1650-1850», en P. MATHIAS y J. A. DAVIS (dirs.), *Agriculture and industrialization: from the 18th century to present*, Oxford, Blackwell, 1996, p. 30.

²⁴ E. LE ROY LADURIE y J. GOY (dirs.), *Les fluctuations du produit de la dîme*, París, SEVPEN, 1972, pp. 9-24 y 335-374; G. GRANTHAM, «The growth of labour productivity in the production of wheat in the Cinq Grosses Fermes de France, 1750-1929», en B. M. S. CAMPBELL y M. OVERTON (dirs.), *Land, labour and livestock: historical studies in European agricultural productivity*, Manchester, Manchester University Press, 1991, pp. 340-364; P. T. HOFFMAN, *Growth in traditional society. The French countryside, 1450-1815*, Princeton, Princeton University Press, 1996, pp. 105-135, y J. C. TOUTAIN, «Le produit de l'agriculture française», *Cahiers de l'ISEA*, 1961, p. 120.

²⁵ J. VAN ZANDEN, «What happened to the standard of living before the Industrial Revolution? New evidence from the western part of the Netherlands», en ALLEN, BENGTTSSON y DRIBE (dirs.), *Living standards in the past*, op. cit., pp. 173-194.

²⁶ C. WANDENBROKE, «Proto-industry in Flanders: a critical review», en S. C. OGILVIE y M. CERMAN (dirs.), *European proto-industrialization*, Cambridge, Cambridge University Press, 1996, pp. 25-47.

²⁷ W. ABEL, *Congiuntura agraria e crisi agrarie*, Turín, Einaudi, 1976, pp. 243-244 y 295-298.

²⁸ ALLEN, *The British Industrial Revolution*, op. cit., pp. 32-42.

²⁹ P. T. HOFFMAN, D. S. JACKS, P. A. LEVIN y P. H. LINDERT, «Sketching the rise of real inequality in early modern Europe», en ALLEN, BENGTTSSON y DRIBE (dirs.), *Living standards in the past*, op. cit., pp. 131-171.

³⁰ P. BAIROCH, «The impact of crop yields, agricultural productivity, and transport costs in urban growth between 1800 and 1910», en A. D. VAN DER WOUDE *et al.* (dirs.), *Urbanization in history. A process of dynamic interactions*, Oxford, Clarendon Press, 1990, pp. 134-151.

³¹ WANDENBROKE, «Proto-industry in Flanders», op. cit., y M. MORINEAU, *Pour une histoire économique vraie*, Lille, Presses Universitaires de Lille, 1985, pp. 121-140.

³² P. MALANIMA, *L'economia italiana. Dalla crescita medievale alla crescita contemporanea*, Bolonia, Il Mulino, 2002, pp. 125-129.

³³ J. DE VRIES, *The Industrious Revolution. Consumer behaviour and the household economy, 1650 to present*, Cambridge, Cambridge University Press, 2008, pp. IX, 4 y 122-123.

³⁴ J. REIS, «Economic growth, human capital, formations and consumption in western Europe before 1800», en ALLEN, BENGTTSSON y DRIBE (dirs.), *Living standards in the past*, op. cit., pp. 195-225.

³⁵ Estas consideraciones tienen en cuenta las observaciones de G. S. BECKER, *A treatise on the family*, Cambridge, Harvard University Press, 1981, pp. 14-37.

³⁶ VRIES, *The Industrious Revolution*, op. cit., pp. 11, 87-92 y 96-104, y H. MEDICK, «The proto-industrial family economy», en P. KRIEDTE, H. MEDICK y J. SCHUMBOHM (dirs.), *Industrialization before industrialization: rural industry in the genesis of capitalism*, Cambridge, Cambridge University Press, 1981, pp. 38-73.

³⁷ R. WALL, «Historical development of the household in Europe», en E. VAN IMHOFF *et al.* (dirs.), *Household demography and household modelling*, Nueva York, Plenum Press, 1995, pp. 19-25, y J. HUMPHRIES, «Household economy», en R. FLOUD y P. JOHNSON (dirs.), *The Cambridge economic history of modern Britain*, vol. I, Cambridge, Cambridge University Press, 2004, pp. 238-267.

³⁸ M. BERG, «Luxury and pleasure», en BERG y EGER (dirs.), *Luxury in the eighteenth century*, op. cit., pp. 195 y 208-218, y LEMIRE, *Fashion favourite*, op. cit., pp. 47-50.

³⁹ T. WIJSENBEK-OLTHUIS, «A matter of taste, lifestyle in Holland in the seventeenth and eighteenth century», en A. J. SCHURMAN y L. S. WALSH (dirs.), *Material culture*, 11th International Economic History Congress, Milán, 1994, pp. 43-54.

⁴⁰ A. E. C. McCANTS, «Poor consumers as global consumers: the diffusion of tea and coffee drinking in the eighteenth century», *Economic History Review*, Special Issue, 2008, pp. 172-200.

⁴¹ C. FAIRCHILD y M. FORRESTER, «Determinants of consumption patterns in eighteenth century France», en SCHURMAN y WALSH (dirs.), *Material culture*, op. cit., pp. 55-66.

⁴² J. THIRSK, *Economic policy and projects. The development of a consumer society in early modern England*, Oxford, Clarendon Press, 1978, pp. 158-159.

⁴³ L. WEATHERHILL, *Consumer behaviour and material culture in Britain, 1600-1760*, Londres, Routledge, 1988, pp. 198-200, y M. BERG, «Consumption in eighteenth and early nineteenth century England», en FLOUD y JOHNSON (dirs.), *The Cambridge economic history of modern Britain*, op. cit., pp. 357-386.

⁴⁴ C. SHAMMAS, *The pre-industrial consumer in England and America*, Oxford, Clarendon Press, 1990, pp. 76-89 y cuadro 5.8.

⁴⁵ BRAUDEL, *Civilisation matérielle*, op. cit., vol. I, pp. 351-376, y N. MCKENDRICK, «The commercialization of fashion, en McKendrick», en BREWER y PLUM (dirs.), *The birth of a consumer society*, op. cit., pp. 34-99.

⁴⁶ J. STYLES, «Product innovation in early modern London», *Past and Present*, 2000, pp. 168 y 124-169.

⁴⁷ SHAMMAS, *The pre-industrial consumer*, op. cit., pp. 79-82 y 84; J. MOKYR, «Is there still life in the pessimistic case? Consumption during the Industrial Revolution, 1790-1815», *Journal of Economic History*, 1, 1988, pp. 69-92, e *id.*, *Leggere la rivoluzione industriale*, Bolonia, Il Mulino, 2002, pp. 187-205.

⁴⁸ SHAMMAS, *The pre-industrial consumer*, op. cit., pp. 79-82.

⁴⁹ VRIES, *The Industrious Revolution*, op. cit., pp. 160 y 181-185; A. E. C. McCANTS, «Meeting needs and suppressing desires: consumer choice models and historical data», *Journal of Interdisciplinary History*, 2, 1995, pp. 191-207.

⁵⁰ CLARK, «The condition of working class», op. cit., pp. 1307-1340.

⁵¹ HAUSER, *Recherches et documents sur l'histoire des prix*, op. cit., pp. 495-497.