

Daniel Muñoz Navarro, *Los escaparates de la moda. Sistemas de comercialización, espacios de consumo y oferta textil en la Valencia preindustrial (1675–1805)*, Madrid, Sílex Universidad, 2018, 380 págs.

DOI: <https://doi.org/10.24197/ihemc.38.2018.553-557>

La moda, desde que existe como tal, ha sido un motor económico, de forma que nada tiene que ver con algo frívolo o superficial, aunque sí lo tiene con el gusto y con el afán de disfrutar de cosas agradables a la vista. Aunque antes ya de la Edad Moderna hubo prácticas que anunciaban el interés de algunos por seguir las pautas marcadas por otros o por emularlos o imitarlos, fue en el siglo XVI cuando empezaron a desarrollarse en los Países Bajos o en Italia y a expandirse por sectores de población cada vez más amplios, un proceso que alcanzó su auge en el siglo XVIII en Francia e Inglaterra, así como en las grandes ciudades europeas. Por esto mismo, siempre ha interesado a los investigadores, pero en los últimos años el interés ha ido en aumento y con nuevas perspectivas, desde campos como la historia de la vida cotidiana, la historia de género, la historia cultural y sobre todo, la historia económica, ya que todo lo relacionado con el consumo y la moda tenía su origen material en la actividad artesanal e industrial y su recorrido hasta el consumidor a través del mercado.

El libro de Daniel Muñoz que comentamos responde a esos nuevos planteamientos y comienza, precisamente, con un amplio capítulo dedicado a exponer y a analizar la enorme, pero desigual, bibliografía dedicada a los sistemas de comercialización, y los cambios de orientación que se han producido en época reciente hacia el estudio de la demanda como factor clave en las transformaciones sociales y económicas vividas en Europa desde mediados del seiscientos, así como el papel jugado en esa demanda por la progresiva democratización de la moda y del lujo; el autor demuestra un gran dominio historiográfico, en especial sobre el ámbito anglosajón, no en vano es el que ha incidido más en esa línea en los últimos años.

En la obra se estudia Valencia a lo largo de más de un siglo, de fines del siglo XVIII a comienzos del XIX, cuando era una de las mayores ciudades españolas, además de ser un puerto dinámico y un núcleo artesanal y mercantil de gran relieve que es bien conocido por los abundantes estudios con los que cuenta la ciudad gracias a la sólida trayectoria de los

modernistas valencianos. Este respaldo informativo, permite al autor centrarse en un aspecto de gran interés: los sistemas de comercialización y de la oferta textil de las *botigas* o tiendas valencianas, y el rol desempeñado por la venta minorista y por la pequeña burguesía comercial en el crecimiento económico y mercantil de la ciudad y el impacto en su modernización y en las consecuencias socio-económicas derivadas de esta. De modo más específico, el autor estudia la oferta de productos textiles a través de vendedores ambulantes y de las botigas de los comerciantes minoristas –sin olvidar a los artesanos con tienda abierta-, y por esta vía se introduce en las pautas del consumo, visibles en la creciente variedad de la oferta y en precios más asequibles, cada vez más atractivos para grupos sociales también cada vez más amplios, que compraban por necesidad –el vestido lo era- pero que añadían el gusto por emulación o imitación de los grupos más elevados, la burguesía en especial.

El libro se nutre en dos tipos de fuentes fundamentales, los registros fiscales –en especial la serie del impuesto del *tall-* y los notariales –inventarios de bienes, no de consumidores, sino de botigueros, mercaderes de vara y otros comerciantes-. Esos dos tipos aportan la necesaria base cuantitativa, que el autor presenta de forma sistemática, expresada en un número suficiente y expresivo de tablas y gráficas. Se añade una abundante documentación más cualitativa como memoriales, informes, provisiones, etc., de aquellas instituciones políticas, administrativas y asociativas –cuerpos de comercio, gremios- que tenían competencias o relación directa con el comercio valenciano, así como fuentes judiciales de diferentes tribunales –en especial el Tribunal de Comercio-, no en vano las actividades comerciales generaban conflictos entre quienes las ejercían y entre estos y otros sectores. Después de la exposición de las fuentes –cuya crítica se hace a lo largo de la obra-, se despliegan los cinco capítulos en los que se desarrolla la investigación propiamente dicha, siguiendo un claro hilo argumental.

El capítulo segundo se ocupa de analizar la expansión protagonizada por el comercio textil minorista. Estas páginas (de la 65 a la 120) se inician en las últimas décadas del reinado de Carlos II, cuando se dieron los primeros cambios en la comercialización textil en Valencia que desembocarían en el surgimiento de una verdadera sociedad de consumo en esa ciudad, ante el auge que estaba viviendo el comercio al por menor y el consumo de bienes duraderos; la guerra de Sucesión interrumpió ese proceso, aunque no del todo. Se analizan en este capítulo el efecto que pudiera tener la fiscalidad sobre el comercio, los sistemas tributarios y sus

cambios con la instauración de los Borbones, las prácticas de ocultación y fraude que se empleaban para eludir las cargas, en especial el impuesto del *tall*. De igual o mayor importancia son las páginas consagradas a exponer el difícil proceso de regulación de una actividad en expansión cuyo auge ponía de manifiesto la necesidad de imponer normas y de reajustar el marco legislativo a la realidad económica y comercial de la ciudad; la lucha entre el comercio estable –defendido por la pequeña burguesía mercantil- y el informal –buhoneros, mercadillos- fue seguida por las autoridades municipales con interés y estuvo cuajada de conflictos y de pleitos ante aquellos tribunales de los que se podían esperar sentencias favorables, un proceso que finalmente hizo que los ambulantes –malteses sobre todo- se asentaran y abrieran tiendas, y que la burguesía consiguiera sus objetivos.

Se pasa luego en el capítulo tercero (páginas 121 a 172) a estudiar el gremio de mercaderes de vara y la conflictiva trayectoria de los intentos de regulación del comercio textil estable, en contra de las actividades ambulantes llevadas a cabo por buhoneros de origen foráneo, malteses en especial. Daniel Muñoz estudia aquí la creación del gremio de mercaderes de vara de Valencia, “una corporación encargada de regular el comercio textil minorista y, al mismo tiempo, dar cohesión social al sector que la componía” (p. 121); esta institución empezó a gestarse a fines del reinado de Carlos II por parte de los mercaderes de puerta abierta, celosos de la actividad de los mercaderes franceses y otros extranjeros, pero el proceso de creación chocó con todo tipo de obstáculos, de modo que el primer proyecto se definió en 1754 y las primeras ordenanzas en 1755, pero finalmente tuvo una vida breve (1764-1797) y conflictiva, hasta sucumbir ante un cambio de mentalidad más abierta sobre la actividad económica y sus leyes, visible en la actitud que al respecto sostuvo la Junta de Comercio.

La pequeña burguesía de los mercaderes al por menor es objeto de su cuantificación –cuántos y de dónde eran, cuáles eran sus capacidades comerciales- y de intenso análisis de su composición social, lo que se hace por procedencias geográficas, no en vano la presencia francesa y maltesa eran de una enorme importancia; no se tienen en cuenta solo las prácticas comerciales, sino las de tipo social, como la endogamia matrimonial. En cuanto a los espacios de consumo, Daniel Muñoz presenta una excelente plano de la localización de los lugares de ubicación de las tiendas y botigas de Valencia, de modo que se constata el proceso de formación de áreas comerciales que responden a una oferta diversificada y atractiva para los consumidores y a un nuevo modo de presentarla al público. A esa localización en el interior de la ciudad le acompaña la exposición de la

redistribución de productos textiles desde Valencia y la comercialización hacia el interior peninsular; así como el papel jugado por núcleos secundarios. Estos aspectos constituyen el capítulo cuarto, que ocupa de la página 173 a la 240.

El quinto capítulo (páginas 241 a 300) se ocupa de la oferta textil antes de la Guerra de Sucesión y de los incipientes cambios que se viven en este ámbito desde 1675 a 1705, relacionados en este caso con el progresivo incremento de la variedad, apariencia y diversidad de precios que se estudia con pormenor por cuanto revela una diversificación de la oferta por parte de los botigueros de ropa más dinámicos, y en general del comercio minorista, poco especializado todavía, pero atento a los cambios en el consumo. Daniel Muñoz fundamenta muy bien ese proceso, con cifras de vendedores y de volumen de ventas, de la tipología –de lana, seda, lino- y apariencia de los tejidos, la gama cromática, la procedencia de la producción –más allá de la propiamente valenciana-, y las tendencias de consumo detectables en esas cifras. La separación progresiva del ámbito productivo (artesanal-gremial) y el comercial y la formación de sagas de botigueros se analizan también en este capítulo que demuestra la clara expansión del comercio minorista antes de la Guerra de Sucesión a través del indicador de la diversificación de la oferta textil y de la incipiente consolidación de la venta estable.

El libro dedica el sexto capítulo (páginas 301 a 374) a la transformación de la *botiga de tall* en la tienda de modas, es decir, da una visión general de la oferta textil estable desde su primera consolidación hacia 1725 hasta comienzos del siglo XIX. Es aquí donde se prueba esa consolidación con el añadido de la creciente especialización para adaptarse a las nuevas exigencias de los consumidores: nuevos tipos de tiendas, abanico más amplio de géneros para la venta –telas, ropa hecha, adornos, etc.-, creciente dominio de los tejidos vistosos y de precio más asequible –el lino pero también el algodón-. Todo lo cual es indicio de una primera democratización del lujo y el impacto de la moda en la sociedad valenciana, constatados a través de testimonios diversos, como los de los viajeros. Se hace en estas páginas un excelente seguimiento de la evolución de la procedencia de los mercaderes –franceses en gran número, malteses, catalanes-, y de sus caracteres comerciales y sus tipos de ventas. Se fijan fases diferenciadas: 1725-1759, en la que se diversifica la oferta y se impone el dominio del lino y de la lana; 1760-1775, cuando se consolida la venta estable y despegan la venta de textiles de fibra vegetal –lino y algodón-; 1776-1792, definida por la especialización textil y finalizada con el extrañamiento de los franceses por motivo de la Guerra; y 1793-1805,

cuando se confirmaron los ítems ya señalados en la segunda de esas fases. Nos parece del mayor interés el análisis de la oferta de las tiendas de moda del período abarcado por las tres últimas fases, en el que se hace una observación minuciosa de los stocks de los que disponían los botigueros franceses –los más numerosos y más pendientes de la moda-, malteses –identificados con los textiles de precios más asequibles-, catalanes –con sus algodones y su mercería- y, claro está, valencianos. El autor reconoce que en el estudio de los factores clave de la evolución del mercado textil valenciano hubiera sido útil introducir la evolución del poder adquisitivo y los niveles de vida de los sectores sociales que participaban en el consumo; es ese un reto para el que él mismo está sobradamente capacitado.

La obra de Daniel Muñoz que hemos comentado cuenta con un prólogo de Ricardo Franch Benavent, que firma unas páginas que sirven de introducción científica y de presentación del autor, así como para ubicarlo en el contexto de la fructífera y valiosa aportación que el grupo valenciano viene haciendo al modernismo y que lo sitúan en primera línea en el ámbito de estudio de este libro y de muchos otros.

Ofelia REY CASTELAO
Universidad de Santiago de Compostela
ofelia.rey@usc.es