

Sección I: MONOGRÁFICO

CONSUMOS DE APARIENCIA EN LA CASTILLA MODERNA

JUAN MANUEL BARTOLOMÉ BARTOLOMÉ
Departamento de Historia, Universidad de León (León)
jmbarb@unileon.es

MÁXIMO GARCÍA FERNÁNDEZ
Universidad de Valladolid – IUHS
mgarcia@fyl.uva.es

Los estudios sobre el consumo han evolucionado desde unos planteamientos iniciales más económicos (De Vries, 2009; Torras, 1999; Maruri, 2003) a otros de orientación eminentemente social y de civilización (Ago, 2006; Muñoz, 2011; Bartolomé, 2012; García, 2013; Pérez-García, 2013), poniendo el acento en los enseres e indumentarias demandadas y en la dinámica de las cantidades consumidas, pero también en el quién, cómo y dónde se consumían, aspectos todos ellos claves para poder aproximarnos a la reconstrucción de las identidades culturales tejidas en la Europa Occidental durante la Edad Moderna. De la fábrica, la feria y la tienda, al mostrador, el escaparate y la revista de modas, en suma. Así, en la actualidad, lo que interesa son las líneas de investigación que podemos denominar *visiones horizontales del consumo*; es decir, la adopción por parte de diferentes familias o grupos de individuos, hasta en espacios planetarios muy alejados, de diversas prácticas consumistas o una demanda contrastada de productos originarios de otras latitudes más o menos conectadas. Partiendo de esa idea motriz, y sin olvidar tales objetivos, tratamos de seguir analizando dicho proceso desde miradas comparadas más próximas y cercanas al interior castellano urbano.

El proceso reformador ilustrado y las nuevas formas de la sociabilidad burguesa - paseos, visitas, bailes, juegos de mesa, etcétera- impulsaron y aceleraron la llegada de una concepción de la casa y de los espacios domésticos más moderna, favoreciendo la extensión de la privacidad. En paralelo, se estimulaba la demanda de nuevos productos, destinados tanto a una mayor comodidad y notoriedad de las residencias privadas como también a la adecuación pública de las vestimentas (con sus accesorios más visibles) y de unas apariencias personales externas parejas a aquellas modificaciones socioculturales.

Siguiendo esas premisas claves y dentro de las líneas prioritarias de nuestro proyecto de investigación en curso¹, el monográfico que ahora se presenta es el resultado de una profunda reelaboración de los trabajos defendidos y ampliamente discutidos en la concurrida Sesión paralela nº 6, celebrada dentro del XI Congreso de la Asociación de Demografía Histórica (Cádiz, junio de 2016), que llevaba por estimulante título de debate: *Familias y consumo en Europa entre 1600 y 1850. Interiores domésticos y apariencias externas*.

Esquemáticamente y profundizando en esas innovadoras líneas de investigación vigentes y metodológicamente más en boga, estos ocho artículos tienen como principal nexo de unión el análisis del contraste de las apariencias externas, focalizadas en el atuendo y el adorno de los cuerpos. En ese recorrido cronológico y temático, los puntos de atención inciden tanto en los consumos de ostentación notoria de los estratos más elitistas de la primera mitad del siglo XVI (Blanco bucea en el viaje que el conde de Benavente realizó en compañía de la emperatriz Isabel al objeto de recibir al emperador a su llegada a Barcelona, punto focal capital donde expresar con esplendor y rotundidad el fasto y el poder de toda la alta nobleza castellana lucido en sus ropajes), mientras García Heras analiza las demostraciones textiles diferenciadas según las distintas familias y grupos en pugna por acercarse y controlar el poder cortesano capitalino a comienzos del Setecientos en la ciudad de Cuenca durante la Guerra de Sucesión, pasando por algunos interesantes dimorfismos estéticos presentes en el a priori más homogéneo hábito del clero regular masculino (según el trabajo de Bartolomé sobre los canónigos de la Colegiata de San Isidoro de León), hasta valorar los enseres y pertenencias propias de los sectores populares mayoritarios durante el siglo XVIII (García Fernández compara la ausencia de consumo en los ajuares portados por los enfermos del Hospital de la Resurrección de Valladolid o a través de los numerosos legados testamentarios de ropas, en franca disparidad con los rasgos modernizadores del vestir masculino y femenino presentes en las grandes ciudades y en la Corte; o se trata de comprender el simbolismo exhibido en los trajes más característicos y mantenidos secularmente inventariados en las cartas de capital del valle de Lecrín, en la provincia de Granada, entregados públicamente por los varones a las novias con motivo de la celebración de sus esponsales, examinados por la doctora

¹ Proyecto investigador financiado: *Civilización, juventud y cultura material e inmaterial. Familia e identidad social. Demandas y apariencias en la Castilla interior. 1500 - 1850*; Ministerio de Economía y Competitividad de España, 'Retos', 2014-2017 (HAR2013-48901-C6-3-R).

Birriel). Esas imágenes se tornan más completas y evidentes tras el estudio de las vestimentas guardadas en sus casas y vendidas en sus tiendas por los propios sastres y mercaderes del activo sector ropero capitalino madrileño (Giorgi), complementadas además con las sugerentes aportaciones que toman como eje de referencia la extensa literatura editada en aquella época sobre la polémica generada por la moda y las formas de lucir, con no pocos excesos, el aparato indumentario en la comedia dieciochesca de buenas costumbres (Roso). Finalmente, tampoco podían faltar las constantes y celebradas críticas vertidas desde la embrionaria prensa española letrada al lujo, a las vanidades femeninas y, en general, al exagerado peso del universo de boato y el oropel extranjero (Crespo).

Se trata así de ofrecer una nueva panorámica que muestre la modernización del vestuario masculino y femenino así como la evolución de las manifestaciones culturales de la indumentaria como símbolo de pobreza, de necesidad de apariencia o de poder, síntesis de muchos de los rasgos más sobresalientes de la mentalidad enraizada en la Castilla interior (pasando por Madrid y hasta cubrir la exteriorizada en tierras granadinas). Tanto entre grupos sociales minoritarios como para los sectores populares rurales; una notoriedad tan buscada como criticada; retratada o impresa; con notables efectos económicos y hasta políticos; visible en una cronología amplia y desde fuentes documentales muy diversas; en un tenso proceso estético de aceleración integrador, aunque con prácticas muy contrastadas, que acabó convertido en un modelo de civilización occidental impuesto, al menos, en la sociedad urbana española.

Así lo acaba de poner de manifiesto también el doctor Maruri en una excelente y recentísima síntesis de planteamientos historiográficos y de recorrido metodológico sobre los que seguir investigando, a la que remitimos².

En definitiva, con estas aportaciones se sigue demostrando que, sin olvidar la importancia de cuantificar los objetos, debe tenderse también a la valoración de sus múltiples significados (económicos, de estatus, de edad, de género, de apariencia, de demostración, de moda, de modernidad, de afrancesamiento, de tradicionalismos...) para responder con más conocimiento de causa a la cuestión capital de la existencia o no de una *revolución del consumo* (McKendrick, 1982) pareja a otra *revolución de las apariencias* (Roche, 1989) en la España y en la Europa de la Edad Moderna.

León, a 24 de noviembre de 2016

² Ramón Maruri Villanueva, “La historia social del consumo en la España Moderna: un estado de la cuestión”, *Estudis. Revista de Historia Moderna*, 42 (2016), pp. 267-301.

