

CRUZ VALENCIANO, J., *El surgimiento de la cultura burguesa. Personas, hogares y ciudades en la España del siglo XIX*, Madrid: Siglo XXI de España, 2014. ISBN: 978-84-323-1679-1.

Máximo García Fernández
Universidad de Valladolid

El objetivo de la reciente monografía de Jesús Cruz pasa por reivindicar el protagonismo español en el concierto metodológico internacional desde el campo de la cultura burguesa a lo largo del siglo XIX respecto al devenir europeo, cuando apenas se recuerda su existencia, en términos de estudios globales y comparativos.

Una excelente obra que analiza como la cultura burguesa española se convirtió en hegemónica tras madurar a lo largo del Ochocientos, asimilando y adaptando las prácticas desarrolladas previamente en el occidente-norte europeo, en su afán por consolidarse como una nueva clase media fuerte. Como bien señala el propio autor, en esa ruta debían aprender y divulgar códigos de conducta con la finalidad de establecer un comportamiento dominante en el que la promoción del consumo fuese dispositivo eficaz para lograr la felicidad colectiva y el asentamiento de los símbolos de su cultura material proporcionara el distintivo necesario para establecer una identidad moderna. Fue aquel un proceso pausado y nada revolucionario que finalmente acabaría transformando los admirados hábitos sociales estamentales; un sistema cultural hegemónico, tardío e insuficiente, aunque consustancial a su discurso sobre la modernidad basado en la libertad individual y el orden y en el que el bienestar debía extenderse a la mayor parte posible de ciudadanos.

Superando a *Los notables de Madrid* (2000), aúna el conocimiento tanto de la historiografía anglosajona (además de los clásicos, Valis, Seigel, Haidt o Frost) como de toda la española. Desde una óptica de acercamiento, a la par, cuantitativa y cualitativa.

Su capítulo ‘la construcción de un mundo de buen tono’ (pp. 37-99) resulta sobresaliente. Como la urbanidad era lo opuesto a la rusticidad, atentos al rango, los manuales de cortesía fijaron las normas de comportamiento. El satírico frente al fenómeno de los petimetres José Clavijo, en *El pensador*, trataba de promover una finura civilizadora mediante la educación cívica y/o como instrumento de distinción social; al igual que Larra en su artículo *El castellano viejo* (1832). Mariano de Rementería y Fica publicaría en 1829 el primer manual de urbanidad: *El hombre fino al gusto del día*. Usaría por primera vez el término ‘etiqueta’ como lenguaje simbólico de distinción de la esfera pública burguesa al establecer sus barreras de diferenciación sociocultural. Se propugnaba entonces la emulación de lo francés y europeo. Mostrando talento e ingenio en su asistencia a las ceremonias. La elegancia como capital adquirido y no desde la cuna o comprada. Galantería; distinción; sociabilidad.

Beneficiosa, la moda sin afectación ni exageraciones traería consigo una reputación que proporcionaría singularidad (por porte, limpieza y gusto en el uso de los colores). O la ‘mujer fina’, sencilla, decorosa, modesta; practicando la economía doméstica pero atenta-siguiendo las modas. No obstante, aquella perceptible apertura social tendería a reducirse en la segunda mitad del siglo XIX a medida que aquellos manuales de urbanidad se transformaron en textos elitistas de etiqueta. En cualquier caso, el cuidado de la apariencia marcaría las diferenciaciones y a los elegantes.

Utilizando una muestra de 814 inventarios post-mortem (un 38% de miembros de las clases medias comercial y administrativa; algunos más que los pertenecientes a ‘altos rangos’), una minoría de los interiores de los hogares diferenciaban la parte delantera y social de la trasera dedicada a la vida familiar. La distinción entre los espacios privados (expresión de respeto hacia un individualismo ordenado), públicos (lugar necesario para una interacción cívica cordial) y semipúblicos (de transición y conexión), junto a los avances del confort, caracterizaría uno de los componentes más destacables de su progresiva racionalización doméstica (pp. 101-160).

Las percepciones del buen tono y la expansión de una moderna cultura del consumo de modas por emulación entre las minoritarias clases medias llenan las páginas 161 a 220. El ascenso de las nuevas aspiraciones domésticas desarrolló el apego hacia las mercancías. Los guardarropas de las familias en ascenso estaban mejor abastecidos y con tejidos de mayor calidad y variedad, en una clara diferenciación entre los austeros patrones de demanda de los agricultores de los más conspicuos y denotando distinción social de los de los miembros de los sectores comerciales y profesionales, en un proceso de democratización de la moda que partía de la ‘obsesión por el algodón’. Básicamente, a partir de 1830, con incrementos mayores en la ciudad que en el campo, sobre todo en el número de piezas del vestuario y de las prendas interiores femeninas, hasta que el conjunto de esos artículos supuso un auténtico cambio en la gestión presupuestaria familiar convertido en prioridad. Chaquetas, pantalones y chalecos eran habituales en los armarios burgueses desde 1820: los inventarios de los madrileños de clase media y alta entraban en la esfera de la difusión de una cultura de la domesticidad.

En los hogares ricos del Madrid decimonónico predominaban los textiles de uso doméstico, mientras que en los inventarios con patrimonios menores primaba el valor de la vestimenta personal. Vajillas y ropa de cama eran las categorías en las que mejor se evidencia el aumento del consumo familiar, clasificadas ya de acuerdo con su calidad, funcionalidad y uso diario, para privacidad, decoración y confort de sus viviendas. Los patrones vestimentarios masculinos se uniformizaron (siempre, aunque ausentes en los estratos más pobres) y hasta se estandarizaron sus colores: casacas, chupas y calzones, los chalecos, fracs y levitas después, marcadores de distinción y rango. Ellas con camisas, enaguas, mantillas y pañuelos de muselina o percal de algodón. Siguiendo las pautas difundidas desde *La moda elegante ilustrada; periódico de las familias* (Cádiz, 1842) o *El correo de la moda; periódico del bello sexo* (Madrid, 1851). Y ‘comprando a la moderna’: en el Pasaje Matheu y tras el incremento de las ofertas mercantiles.

Las interesantes y sugerentes apreciaciones sobre los ensanches urbanos madrileño y barcelonés junto con los ocios y placeres privilegiados, como otras claras manifestaciones culturales del progreso burgués, cierran este libro.

Su conclusión: España no se convirtió en una sociedad de clases hasta los tardíos años sesenta del siglo XIX y la burguesía ‘de buen tono’ fue aquí más reducida y menos influyente pero se comprometió con la modernidad y no permaneció subordinada a los principios y estilos de vida de la vieja aristocracia aunque admirase su suntuosidad y elegancia, fascinada por las prósperas clases medias británica y francesa. Difundió hacia abajo las normas de urbanidad y refinamiento, traduciendo manuales de conducta europeos, transfiriendo moldes extranjeros y adaptando sus comportamientos en una amalgama entre antiguos ideales y prácticas con las nuevas normas burguesas. A pesar de las limitaciones de la demanda española, sus clases medias urbanas adoptaron una vigorosa cultura de consumo desde finales del XVIII: en una trayectoria

similar a la noreuropea adoptaron los ideales de la domesticidad, con una expansión lenta pero constante de diversas prácticas dentro de unos hogares más funcionales y confortables.

En Madrid y Barcelona la cultura material (diversos objetos de refinamiento) cada vez era más variada. En un proceso lento y tardío, homogeneizándose con Europa, la transformación de las ventas al por menor y la difusión de la prensa de modas evidenció el progreso de la modernización y el desarrollo de una sociedad del ocio, convirtiéndolo en atractivos para todos el sentido de pertenencia y la identidad burguesa.

Una obra que plantea debate-s; de muy aconsejable lectura.