

Los colores y sonidos de los primeros consumistas

DIVERSION, ROBOS, CHISMES, LA ACTUACIÓN DE CHARLATANES Y COMEDIANTES Y LA SEDUCCIÓN DEL GRITO DE LOS VENDEDORES EN LOS MERCADOS DE LA ITALIA RENACENTISTA

DE COMPRAS EN
EL RENACIMIENTO

WELCH, E.,

VALENCIA, UNIVERSITAT, 2010,
406 PÁGS., 40 €

Los historiadores han rastreado el nacimiento del consumidor actual en la emergencia de una esfera pública, el cambio de conducta social y la creación de nuevos espacios arquitectónicos. De manera que en las cámaras de comercio de Ámsterdam durante el siglo XVII, en los cafés del Londres del XVIII y en los grandes almacenes de París en el XIX, se empezaron a consumir productos ultramarinos (café, chocolate, porcelana, telas de algodón) y a publicitar ilusiones narcisistas a través de la tentación de los escaparates. Así que tanto el "paraíso de las damas" —en afortunado título de Émile Zola— como ese espacio social de los caballeros paseantes —la figura del *flâneur* que acuñara Walter Benjamin— tuvieron como precedente la

gestación del consumismo dentro de la cultura material del Renacimiento.

La dificultad para encarar este estudio estribaba en la invisibilidad de las fuentes, puesto que mientras los manuales de los mercaderes han sobrevivido en los archivos, la práctica de la compra efímera, cotidiana y verbal debe rastrearse en fuentes muy dispersas: imágenes, listas de precios, cuentas domésticas, diarios, etcétera. La superación de la naturaleza escurridiza de estos datos, junto al enfoque de la historia cultural para recrear la experiencia vivida en un mercado del Renacimiento italiano, son algunos de los valores a destacar de esta hermosa obra.

Al principio, repasa la concepción del mercado moderno como una sarta de metáforas: las positivas iban unidas a la

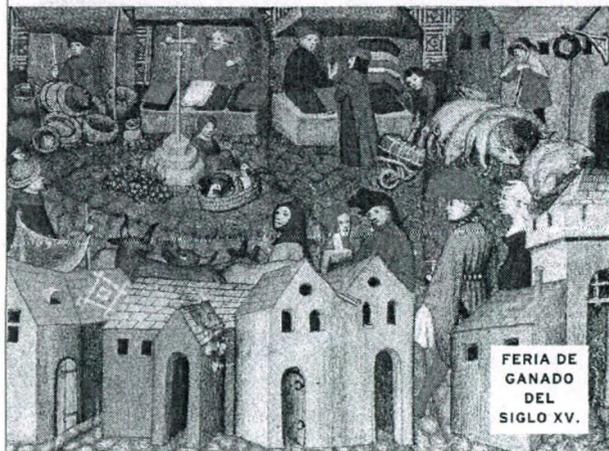
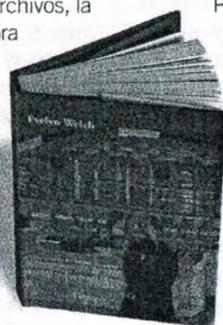
abundancia, la fertilidad y la riqueza, mientras que las negativas aludían a la sensualidad, lo mundano y la suciedad.

Un paseo por el mercado del Cinquecento no se limitaba a coger unas monedas y dirigirse al centro de la ciudad.

Por el contrario, los puestos cargados hasta los topes aseguraban a los habitantes confianza en el futuro y a los políticos municipales, el buen funcionamiento de la política de abastos.

Además, el mercado prometía diversión y peligro, distracciones y robos, la actuación de los charlatanes y comediantes y la seducción del grito de los vendedores. Era, en fin, vehículo de circulación de noticias y sello de identidad cívica.

Las compras y la vigilancia, la geografía de la venta que exigía un diseño espacial de los centros urbanos, la alternancia de la puja y el juego, son otros tantos capítulos de este fresco colorista. Esto hizo de las compras una multiplicidad de sucesos y de actos interconectados, que dependían tanto del tiempo, la confianza y los contactos, como de cuestiones más impersonales como el precio, la producción y la demanda. Un ejemplo de libro para inspirar estudios similares en otras épocas y países. **PE-DRO GARCÍA MARTÍN**



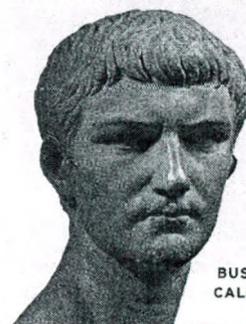
Calígula: una biografía política

REVISIÓN DE LA FIGURA DEL EMPERADOR ROMANO, AL MARGEN DE SU MITO CRUEL

CALÍGULA

RODRÍGUEZ VALCÁRCEL, J. A.,
CUENCA, ALDEBARÁN, 2010,
159 PÁGS., 15 €

Cayo César, alias *Calígula*, nació en el año 12 d.C. durante el consulado de su padre Germánico. Criado entre legiones, debe el sobrenombre a la soldadesca, que le apodó así por el calzado que llevaba de niño y que le hizo ganarse las simpatías de la tropa. De cómo el niño que jugaba entre legionarios se convirtió en el sucesor del emperador Tiberio da buena cuenta este libro, que huye del lugar común de su carácter sanguinario para reconstruir con celo científico su acceso al poder, las reformas políticas y legales que acometió, su gestión de las provincias romanas, su política económica y exterior y, cómo no, las tribulaciones de su vida privada y sus excesos sexuales, ya famosos en su época. Un perfil que pasaría a la Historia pese a que sólo permaneció cuatro años en el poder: del 35 al 41, año de su muerte. **ANA G. PIÑÁN**



BUSTO DE CALÍGULA.