
Todd, David, *A Velvet Empire. French Informal Imperialism in the Nineteenth Century*, Princeton & Oxford, Princeton University Press, 2021, 350p. ISBN: 978-0691171838. 35'00€ 

Acknowledgments. List of Abbreviations. Introduction. Forgotten Empire. Counter-Revolutionary Empire. Collaborative Empire. 1. Empire without Sovereignty: The Political Economy of French Informal Imperialism. 2. Algeria, Informal Empire *Manqué*. 3. Champagne Capitalism: The Commodification of Luxury and the French Empire of Taste. 4. Conquest by Money: The Geopolitics and Logistics of Investment Colonization. 5. Agents of Informal Empire: French Expatriates and Extraterritorial Jurisdiction in Egypt. Conclusión. *Bibliography. Index.*

«Tendría que ser un lugar común que, para la mayor parte del siglo XIX, Francia se expandió principalmente a través del imperio informal». Así comienza su introducción el autor, que con este libro ratifica su prestigio. Después de la caída del imperio europeo de Napoleón, la autoridad soberana, formal, del Estado francés quedó limitada casi exactamente a las fronteras de la Francia metropolitana moderna y un puñado de islas secundarias y puestos de comercio. Entre 1815 y 1880, Francia adquirió unos pocos *comptoirs* más, pero su única conquista territorial significativa fue lo que es hoy la zona templada de Argelia, una provincia periférica del Imperio Otomano. Sin embargo, a través de este periodo se reconoce unánimemente que Francia era un crisol del imperialismo europeo moderno, junto con Gran Bretaña. Dicha percepción no es una ilusión. La sociedad y la política francesa contemporáneas hicieron contribuciones decisivas a los discursos orientalistas y racistas pseudocientíficos que sirvieron para justificar la subyugación colonial de asiáticos y africanos. Gracias a sus recursos económicos, científicos y militares, Francia siguió siendo el principal rival de Gran Bretaña en ultramar, el segundo poder imperial del mundo, pero sin un imperio colonial.

El objetivo principal de este libro es resolver dicha paradoja, mostrando que la Francia del siglo XIX adquirió un vasto imperio, mientras apenas se expandía su jurisdicción territorial. El imperio informal francés era también más sofisticado que el británico, dado que se basaba en un poder cultural «suave», y lo usaba en combinación con el convencional poder económico y militar «duro». El imperio informal de Francia tenía un *ethos* más aristocrático que democrático. Exportaba textiles de seda y la comedia de la buena educación en lugar de los vaqueros y las películas sentimentales, a diferencia de los americanos después de 1945. Dado que el terciopelo denota suavidad y refinamiento, y estaba usualmente hecho a partir de la seda en el siglo XIX, «imperio de terciopelo» parece una frase apta para describir esta estrategia imperial astuta pero elegante, y un título adecuado.

Este énfasis en el despliegue informal del poder francés no busca disminuir el significado de las manifestaciones formales del imperialismo francés el siglo XIX. No se trata de minimizar la extraordinaria violencia empleada por Francia en la conquista de Argelia después de 1830. En lugar de ello, el libro busca retomar la dimensión informal del imperialismo francés entre la caída del imperio europeo de Napoleón y el auge del imperio



Universidad
de Navarra

FACULTAD DE
FILOSOFÍA
Y LETRAS

DEPARTAMENTO DE
HISTORIA
DEL ARTE
Y GEOGRAFÍA

RECENSIONES

colonial de la Tercera República. Durante este periodo, el estatus imperial resurgente de Francia se basó mucho más en la proyección global de su influencia que en la expansión de su soberanía.

Es verdad que la propia dicotomía entre lo formal y lo informal puede ser tan problemática como «seductora». Existen diferentes tipos de gobierno formal; pero el gobierno informal era incluso más diverso, ya que se basaba en combinaciones extremadamente variadas de elementos culturales, económicos, legales e incluso militares.

Para conseguir un argumento claro, este libro trata sobre todo los componentes que configuraron el imperio informal francés como una distinta forma de imperialismo. El otro imperio de Francia en el siglo XIX puede ser, aparentemente, menos visible que sus aventuras coloniales; pero era global en su escena de acción, y, aunque explotador de maneras más sutiles, estaba imbuido de una arrogancia cultural y racial similar.

Sabiendo que el lector especializado se va a interesar por todo el libro, nos vamos a centrar en uno de los capítulos, a mi juicio, más innovadores: lo que él llama «El capitalismo del *champagne*: la comercialización del lujo y el imperio francés del gusto».

El *champagne* francés se convirtió en un producto de lujo, por supuesto, apreciado tanto en los principales países europeos, y en particular en Gran Bretaña, como en Latinoamérica, África o Japón; incluso los escrúpulos religiosos de otomanos, egipcios y persas habían cedido al burbujeante vino francés. Un dato: de los pocos centenares de miles de botellas antes de la Revolución de 1789, la producción del *champagne* ascendió a dieciocho millones de botellas en 1869. De ellas, más de cuatro quintas partes (un 88% en 1880) eran exportadas, y Gran Bretaña era sin duda el mercado extranjero más grande: entre 1860 y 1880 representó siempre más de la mitad de las ventas del *Moët & Chandon*, el mayor productor de *champagne*. Lejos de ser excepcional, el éxito global del vino de *champagne* encabezaba un *boom* comercial que veía cómo Francia se convertiría en el principal proveedor del mundo de productos de lujo y de semi-lujo entre 1830 y 1870¹. La Inglaterra victoriana es percibida a menudo como uno de los principales impulsores y beneficiarios de lo que algunos historiadores han descrito como el comienzo de la globalización moderna. Pero Francia también jugó un papel significativo a la hora de promover el comercio global, y entre finales de la década de 1840 y finales de la de los 60 sus exportaciones crecieron el doble de rápido que las británicas.

Cada imperio requiere una base de poder económico. Destacar la extensión del éxito económico francés a mediados del siglo XIX ayuda, por tanto, a apreciar las fuentes y modalidades originales de la expansión imperial francesa. El *boom* francés se basaba principalmente en su especialización en la oferta de nuevos productos que llamaban la atención entre las elites antiguas y modernas; su diseminación global estaba basada en la colaboración con las élites extranjeras, más que en la expansión territorial francesa. Este análisis se basa en la llamada tesis revisionista sobre el crecimiento económico francés

¹ Desbois-Thibault, Claire, *L'extraordinaire aventure du champagne: Moët et Chandon, une affaire de famille, 1792-1914*, Paris, PUF, 2003; Guy, Kolleen M., *When Champagne Became French: Wine and the Making of a National Identity*, Baltimore, Johns Hopkins University Press, 2003.

RECENSIONES

del siglo XIX, que muestra que la renta per cápita creció tan rápidamente en Francia como en Inglaterra entre 1815 y 1914, o quizá algo más rápidamente.

Pero esta tesis revisionista diverge de dos modos diferentes. En primer lugar, mientras los revisionistas elogian el modelo de crecimiento francés como un camino alternativo de desarrollo económico, socialmente menos perjudicial que la industrialización de estilo británico, en este capítulo se pone de relieve la extensión en la que el *champagne capitalism* era complementario, e incluso dependiente del desarrollo industrial británico. En segundo lugar, y de acuerdo con los resultados de la más reciente investigación, que ha subrayado la desaceleración del crecimiento francés a fines de siglo, este capítulo sugiere que la decadencia del modelo francés de desarrollo después de 1870 estaba conectada con su giro republicano en el plano doméstico y con la opción por el imperialismo formal en el extranjero.

Junto al *champagne*, la otra industria que originó el consumo aristocrático elegante fue la industria de la seda, que estaba organizada en pequeñas unidades de producción, y que gozó de un fuerte crecimiento de las exportaciones hasta los años 1870. Entre 1820 y 1870, los textiles de seda eran la principal exportación de Francia y suponían en torno al 20% del total de las exportaciones en cuanto a su valor. Pero la industria se hizo crecientemente dependiente de las importaciones de seda en crudo procedentes de China a través de las importaciones británicas, mientras una vasta y creciente proporción de sus consumidores estaba localizada más allá de las fronteras francesas, especialmente en los Estados Unidos y en Gran Bretaña y su imperio.

A pesar de dicha interdependencia, el imperio francés del gusto no era una empresa puramente capitalista. Perseguía el beneficio, pero también el poder y el prestigio. Este capítulo explora los orígenes culturales, políticos y económicos de la especialización francesa en la provisión de productos de lujo y semi lujo para entender cómo ayudó a Francia a recuperar su estatus imperial después de 1815. La conversión de ganancias económicas en ventajas políticas globales fue especialmente abierta durante el Segundo Imperio Napoleónico, y su caída contribuyó a la decadencia del imperio del gusto después de 1870.

Otra de las ideas en que insiste Todd es que Francia fue una beneficiaria principal del comienzo de la globalización moderna entre los años 1840 y 1870. En la medida en que la Monarquía de Julio dismanteló la legislación mercantilista y el comercio global ascendió después de 1830, los intercambios comerciales franceses comenzaron a recobrar, con unas exportaciones que crecieron el 60% entre 1831 y 1846. Pero la gran aceleración tuvo lugar a mediados de siglo, con unas exportaciones que más que se triplicaron (+241%) entre 1848 y 1868.

La principal causa del *boom* exportador francés era ciertamente la aceleración del comercio global después de 1850. Pero los intercambios comerciales crecieron más rápidamente en Francia que en el resto del mundo. En particular, crecieron más que los británicos, en la época más legendaria de prosperidad económica británica.

Las reformas económicas del Segundo Imperio, que incluían la mejora de las condiciones del crédito, la aceleración de la construcción de ferrocarriles a través de préstamos garantizados por el Estado y la adopción de políticas de comercio más liberales



Universidad
de Navarra

FACULTAD DE
FILOSOFÍA
Y LETRAS

DEPARTAMENTO DE
HISTORIA DEL ARTE
Y GEOGRAFÍA

RECENSIONES

simbolizadas por el tratado de comercio de 1860 con Gran Bretaña, ofrecen una explicación convencional del crecimiento del comercio exterior francés, y eran ciertamente factores que contribuyeron mucho a él. Pero el abrupto estancamiento del valor de las exportaciones francesas y su relativo declive en comparación con las británicas a mediados de los años 1870, sugieren que otros factores estaban en juego, dado que los nuevos bancos y ferrocarriles no desaparecieron con el final del Segundo Imperio y Francia solo abrazó políticas proteccionistas en los años 1890.

Tanto el citado crecimiento de las exportaciones francesas de tendencia global hasta los años 1870 como su estancamiento hasta los años 1890, se debió, en parte, a la especialización francesa en las industrias del lujo. En tiempos de prosperidad, el gasto global en dichos productos creció más rápidamente que las rentas, mientras que, en tiempos más difíciles, como durante la llamada Gran Depresión de 1873-1896, la demanda de dichos productos declinaba más rápidamente que la de los productos esenciales. Contribuían mucho a las exportaciones francesas tanto los «champagne products» como aquellos otros necesarios para producir y mejorar las máquinas necesarias para la producción de esos y otros productos de lujo.

La especialización francesa en el lujo tenía sus raíces en la economía del Antiguo Régimen. Durante mucho tiempo, tanto los historiadores liberales como los marxistas tendieron a denigrar los resultados económicos del régimen de los Borbones. A su modo de ver, las persistentes estructuras feudales o mercantilistas reducían el crecimiento, mientras que la Revolución de 1789 parecía ser el resultado natural de las debilidades y contradicciones económicas. Pero en las décadas recientes, los académicos han pintado un papel mucho más optimista del crecimiento económico francés entre 1715 y 1789. El régimen colbertista de regulaciones ha sido visto como el remedio para las asimetrías de información en una edad de incertidumbre comercial, los privilegios económicos concedidos por la Corona, han sido reinterpretados como un poderoso estímulo al crecimiento industrial y de las exportaciones, y la formidable, si bien frágil, prosperidad del comercio colonial francés ha atraído renovada atención.

Si nos centramos en la industria francesa de la seda el siglo XVIII, William Sewell Jr² ha llevado más allá esta reinterpretación, asignando un importante aspecto del «crecimiento y el triunfo del capitalismo» en Europa occidental a la Francia del Antiguo Régimen: en concreto, la emergencia de un conjunto de técnicas industriales y comerciales destinadas a «hacer crecer el deseo de consumidor». Si dicho proceso comenzó con productos genuinamente de lujo en la corte de Versalles a fines del siglo XVII, se extendió a una gama más amplia de «productos de consumo de moda» después de 1700. Mientras insiste en el significado del incremento del deseo en la economía contemporánea para poner de relieve la contribución «particularmente francesa» a la historia del capitalismo moderno, Sewell sugiere que, en el siglo XIX, la importancia de la producción derivada de la moda se redujo en la medida en que la «industrialización» modificó su énfasis hacia «la

² Sewell Jr, William H., *Capitalism and the Emergence of Civic Equality in Eighteenth-Century France*, Chicago – London, The University of Chicago Press, 2021.

RECENSIONES

reducción de los costes y la multiplicación de los resultados a través del desarrollo tecnológico», una afirmación discutible. Como se ha visto más arriba, el extraordinario *boom* comercial francés a mediados de siglo XIX procedía del mismo tipo de industrias de la moda, con los textiles de seda ocupando todavía el primer lugar entre ellos. Es posible argumentar, por lo tanto, que, más que retroceder después de 1800, esta atracción francesa del deseo del consumidor estaba de hecho exportada y globalizada.

De hecho, los contemporáneos, y no solo los escritores nacionalistas franceses, comentaron con frecuencia la ventaja de Francia en la producción de artículos de lujo y de moda, y cómo parecía que su peculiar capacidad era generar el deseo del consumidor. La más que loable realización de los expositores franceses, especialmente de los productores de bienes de lujo, en las primeras exposiciones universales, reforzó dicha percepción. La Exposición del Palacio de Cristal de Londres de 1851 es recordada a menudo como una celebración del dominio británico como el taller del mundo. Pero el 20% de los premios concedidos fueron a productos expuestos franceses, la mayor parte de los cuales eran de productores parisinos o lioneses de productos más finos, lo que ayudaba a consolidar la imagen de la capacidad de invención y gusto franceses más allá de las fronteras de Francia. Fue en gran medida una respuesta a esta superioridad percibida de los franceses, especialmente en los diseños de seda y el trabajo en plata, el que en 1852 se fundara el South Kensington Museum, el antecesor del Victoria & Albert Museum. Para los británicos contemporáneos, al menos hasta los años 1870, no eran solo los europeos continentales los que deberían esforzarse por alcanzar la destreza industrial británica, también los británicos (y otros) deberían buscar emular la excelencia francesa a la hora de producir artículos deseables; y los economistas políticos franceses pusieron de relieve la calidad superior de los productos franceses en la exposición del Crystal Palace de forma más descarada³. Los fundamentos de la nueva elegancia ya no estaban basados en la corte, sino en la ciudad de París, gracias a su atractivo material e inmaterial, que deslumbraba sobre todo al turismo. Sobre ello escribieron desde el psicólogo social Gabriel Tarde hasta Walter Benjamin, particularmente interesado en su obra póstuma *Das Passagenwerk* (1982) por el proceso pionero de comercialización de los soportales parisinos, anteriores en medio siglo a *Le Bon Marché*, los cuales cubrían pasajes decorados al estilo de los bazares orientales, el primero de ellos, *le passage des Panoramas*, inaugurado en 1799. La mayor parte de los veinticinco pasajes abiertos entre 1811 y 1839 por empresarios privados, pero con el apoyo del ayuntamiento parisino, sustituyeron a iglesias y hoteles aristocráticos destruidos durante la Revolución.

No menos significativa fue la multiplicación de los *magasins de nouveautés* después de 1800, especializados en ropa de moda. Dichas tiendas fueron pioneras en muchas de las innovaciones de *marketing* asociadas a menudo a los *grands magasins*. Después de 1830, los *magasins de nouveautés* también crecieron rápidamente en tamaño, alcanzando a veces proporciones enormes, como en el caso de «À la Ville de Paris», abierto en 1843 y que

³ Walton, Whitney, *France and the Crystal Palace: Bourgeois Taste and Artisan Manufacture in the Nineteenth Century*, Berkeley, University of California Press, 1992.



RECENSIONES

buscaba afirmar, de acuerdo con una noticia de la prensa, «la preponderancia comercial de Francia en Europa».

A pesar del interés ya convencional de los académicos por Le Bon Marché y su apertura en 1869, los almacenes parisinos se entienden mejor como el producto de un proceso continuo. En la misma línea, los geógrafos de orientación histórica han mostrado que el conjunto de la obra del barón Haussmann, el poderoso prefecto del departamento del Sena entre 1853 y 1870, no era una ruptura, sino más bien una aceleración de esfuerzos anteriores por convertir a París en la valiosa ventana comercial de Francia ante el mundo⁴. Pero las raíces de las nuevas infraestructuras comerciales de París eran anteriores a la Revolución, puesto que se basaban en las galerías del Palais Royal.

La comercialización del lujo se centró, como vemos, en París, que mantuvo sus funciones cortesanas desde el Antiguo Régimen hasta la caída del Segundo Imperio. El nuevo factor que Todd introduce aquí es la importancia económica y cultural del turismo. Por último, el autor insiste en la interdependencia comercial franco-británica en la segunda mitad del siglo, estudia a los competidores de la industria del lujo francesa en sus diferentes ámbitos y trata, con un detalle hasta ahora no visto, la importancia del turismo extranjero para París y para Francia y de las Exposiciones que tanto en Inglaterra como en Francia (la de 1867 de París es la más importante) se celebraron en la segunda mitad del XIX.

En la conclusión de este libro innovador y al mismo tiempo muy pegado a unas fuentes apenas estudiadas (prácticamente todas francesas), y a propósito de una de las novelas más conocidas de Émile Zola, *La Débâcle*, se ponen de manifiesto los inconvenientes morales de la economía política del capitalismo del *champagne*. La debacle imperial de Francia, como consecuencia de la derrota de Sedán, no queda confinada a Europa. Otra manifestación artística que la apoya es el cuadro de Édouard Manet *Le fusillement de l'Empereur Maximilien*. Entre 1867 y 1882, la aspiración francesa al estatus imperial por medios formales se encontró con una impresionante sucesión de reveses: el ya citado colapso de la monarquía mexicana apoyada por Francia; el desmoronamiento de una política de cooperación con las elites indígenas en Argelia y Egipto; la derrota francesa ante Prusia, y la subsiguiente ascendencia de Alemania en la Europa continental.

Qué es lo que causó la caída del imperio informal francés es algo abierto al debate. Ese desvanecimiento fue relativo más que absoluto, y probablemente se debía más a transformaciones globales que a una decadencia doméstica. Pero no deberíamos dejar de lado el papel jugado por los nuevos proveedores de artículos y servicios de lujo, cuya emergencia debilitó el poder económico y cultural de Francia después de 1860. Viena comenzó a rivalizar con París, la capital de Europa del placer; la rápidamente creciente industria química alemana de la seda y de nuevas fibras sintéticas erosionó el dominio de los comerciantes de seda de Lyon; e incontables nuevas industrias decorativas (en lugares alejados como el Punjab) socavaron los *articles de Paris*. El modelo francés de desarrollo era más fácil de emular que la industrialización de estilo británico con capital intensivo,

⁴ Mc Auliffe, Mary S., *Paris, City of Dreams: Napoleon III, Baron Haussmann and the Creation of Paris*, Lanham, Rowman & Littlefield, 2020.

RECENSIONES

lo que ayuda a explicar por qué Francia experimentó una decadencia relativa e incluso más rápida que Inglaterra después de 1870.

Las derrotas militares y el debilitamiento económico redujeron el valor de la colaboración con Francia, acelerando más la reducción del poder global francés. Las élites modernizadoras empezaron a buscar modelos alternativos de modernidad conservadora, tales como la Alemania de Otto von Bismarck, mientras la decisión británica de ocupar Egipto sola en 1882 demostró su escaso interés por los beneficios de la cooperación anglo-francesa al otro lado del mar, hasta que el ascenso del poder alemán facilitó su resurrección con el acuerdo de la Entente Cordiale en 1904. El levantamiento de la Comuna en 1871 y el ascenso del republicanismo democrático en los años 1870 ciertamente contribuyeron al reducido apoyo del modelo francés entre las élites globales. Pero dicha inclinación izquierdista de la política francesa puede ser interpretada por sí misma como una consecuencia de la crisis del imperio informal. Para dar cuenta de la creciente popularidad y el eventual triunfo de las opiniones republicanas, los historiadores han apuntado habitualmente a factores domésticos e ideológicos, tales como la mayor moderación de los líderes republicanos bajo la influencia de la filosofía positivista.

Uno debería siempre alejarse de la tentación de interpretaciones extremistas, pero los historiadores de la economía han identificado un «movimiento contrario a la globalización» de alcance atlántico en las últimas décadas del siglo XIX. En este libro se argumenta que Francia fue una mayor beneficiaria de la globalización que lo que se reconoce generalmente, pero que esto le hacía especialmente vulnerable a la resaca de finales del siglo. Desde una perspectiva global e imperial, la derrota final de las instituciones monárquicas y el triunfo del republicanismo democrático en los años 1870 puede verse como una respuesta a dicha insatisfacción. La política de la Tercera República era muy liberal, pero su economía política marcaba un cambio de las redes globales hacia la territorialidad. Este giro territorial era doméstico, con su programa de nacionalización intensiva de residentes metropolitanos, y económico, con su vuelta al proteccionismo. Pero era también imperial, con un formidable resurgimiento de la expansión formal. Entre 1870 y 1913 el área bajo soberanía francesa creció en torno a diez veces, hasta más de diez millones de km².

El poder imperial francés mantuvo algunos rasgos significativos informales después de 1880. Fuera del imperio colonial, fruto de un racismo exacerbado, el lujo parisino de alto nivel mantuvo su atractivo, porque la decadencia comercial afectó principalmente a las industrias de semi lujo, y la lengua francesa siguió siendo un idioma global, incluso aunque perdiera peso respecto al alemán en el terreno del intercambio intelectual. Dichos instrumentos de poder informal favorecieron la capacidad francesa de influir en los asuntos mundiales, aunque no eran suficientes para llegar al estatus imperial ambicionado por la elite francesa y por una sustancial fracción de la opinión nacional. La principal singularidad de las sucesivas formaciones imperiales francesas desde 1789 fue probablemente su firmeza, en relación con las ambiciones imperiales de otros países europeos y con los recursos reales de Francia. Esto está bien establecido en los casos de los imperios napoleónico y republicano colonial y este libro ha mostrado que entre 1815 y 1880 Francia siguió persiguiendo un imperio, aunque por vías informales. Francia no era una nación-estado que experimentara momentos imperiales aberrantes, sino que casi siempre fue



Universidad
de Navarra

FAULTAD DE
FILOSOFIA
Y LETRAS

DEPARTAMENTO DE
HISTORIA DEL ARTE
Y GEOGRAFIA

RECENSIONES

una nación-estado y un imperio. Esta conclusión ilustra el principal beneficio analítico del concepto de «imperio informal». Su gran limitación es un cierto carácter escurridizo. El intento hecho en este libro de capturar sus logros concretos a través de varios puntos de vista (intelectual, económico, cultural y legal) sigue siendo impresionista. Pero si podemos reconocer la visión borrosa que emana de él, a la manera de una pintura de Manet, podemos así enriquecer nuestra comprensión de la realidad histórica.

David Todd, *Research fellow* en Trinity Hall, Cambridge, e investigador en el Centre for History and Economics, Cambridge, además de *visiting fellow* en Harvard. En 2012 obtuvo el *Philip Leverhulme prize*. Desde 2019 es coordinador del *Centre for History and Economics* de París y en 2020-2021 ha dirigido el *Centre for History and Economics*, Cambridge. Su primer libro fue *L'identité économique de la France* (2008), publicado en inglés como *Free Trade and its Enemies in France* (2015). Su Segundo libro es el aquí reseñado.

Ignacio Olábarri Gortázar
Universidad de Navarra