

Reseñas



La cerveza en España. Orígenes e implantación de la industria cervecera

Autor: Xavier García Barber
Editorial: LID, 2014
ISBN: 978-84-83-56956-6
Páginas: 261

Si tenemos en cuenta que la industria cervecera fue la tercera en el sector de transformación alimentaria español (después de la industria sidrera y de la del azúcar) en lo referente a la evolución de las cantidades recaudadas en el impuesto de contribución industrial entre 1890 y 1906, llama un poco la atención que apenas existan estudios de carácter histórico sobre la cerveza en España. Quitando algunas obras referidas a grandes productores (Cervezas Mahou, por José Luis García Ruiz y Constanza Laguna, o Estrella de Galicia, por Luis Alonso y Ramón Villares), pocas son las investigaciones dedicadas a un sector cada vez más potente en el mercado español, toda vez que en la actualidad el consumo per cápita

de cerveza en nuestro país alcanza casi el 51% del total de bebidas alcohólicas, cuando hace sólo unas décadas predominaba claramente el consumo de vino. Además, si consideramos que España es en estos momentos el cuarto productor de la Unión Europea, sólo detrás de Alemania, Gran Bretaña y Polonia, y que el sector cervecero supone el 1,4% del PIB, parece un acierto que Xavier García Barber haya publicado un libro de estas características, con la seriedad que merece el tema; no en vano es el resultado de una tesis doctoral.

Pero, además de la pertinencia del objeto de estudio, resulta también un acierto el haber optado por el largo plazo. Siendo verdad que la gran expansión del sector se ha producido en los últimos cuarenta años, el autor ha remontado su investigación a finales del siglo XV y principios del XVI, cuando tenemos constancia de los primeros productores de cerveza extranjeros por las constantes conexiones políticas existentes entre Castilla y Flandes. Asimismo es acertado finalizar su estudio en vísperas de la Primera Guerra Mundial, cuando el sector estaba ya implantado y con un desarrollo nada desdeñable, aunque todavía no era esa bebida popular y de masas en que se ha convertido en la actualidad. Evidentemente, para abordar una cronología tan amplia, García Barber recurre a una gran variedad de fuentes públicas y privadas, como registros fiscales, empresariales, de comercio exterior o incluso prensa. En este sentido, quisiera destacar la fortuna que ha tenido el autor al haber podido acceder a los archivos del Grupo Damm y de la Asociación de Cerveceros de España. Como se puede comprobar en el texto, ambos fondos le han proporcionado interesantes datos para analizar con rigor la consolidación de este sector en España, sobre

todo en lo referente a las décadas de la Restauración. De hecho, la aportación más sólida de la obra se centra en esos años, ya que la información que se aporta para los siglos anteriores es muy fragmentaria, aunque no exenta de valía. Se trataría, en verdad, de una introducción histórica.

Lo cierto es que hasta la década de 1870 la ingesta de cerveza en España era muy reducida, además de tener un precio más elevado que el del vino. Se trataba de cerveza de alta fermentación, apta sólo para determinados paladares. Sólo a partir de esos años, con la incorporación de la tecnología del frío artificial en su proceso, empezó a producirse cerveza de baja fermentación, con menor contenido alcohólico, más suave y refrescante y con unas propiedades organolépticas destinadas a un mayor número de consumidores. Los cambios en la producción implicaron asimismo transformaciones en la organización de las empresas, de suerte que es posible hablar para el último tercio del siglo XIX de economías de escala, de “multidivisionismo”, de integraciones verticales y horizontales o de mayores necesidades de capital para aumentar las inversiones en tecnología, así como de claras tendencias hacia el oligopolio mediante el asociacionismo. Siguiendo el esquema “chandleriano”, tan bien aplicado por García Barber, estos elementos indican que el sector cervecero español no sólo se estaba modernizando, sino que también se estaba haciendo mayor y empezaba a ocupar un lugar destacado entre las bebidas alcohólicas. Prueba de ello fue que junto a los grandes centros productores de Barcelona, Madrid y Santander surgieron otros en varias regiones de España: Andalucía, País Vasco, Asturias, Aragón, Galicia, Comunidad Valenciana y Navarra. Todo lo cual hizo que en estos años

aumentara no sólo el número de marcas, sino también la competencia entre ellas, lo que terminaría por favorecer la aparición en 1922 de la Asociación de Fabricantes de Cerveza, en un intento, precisamente, de controlar el mercado.

Todas estas transformaciones en el mundo empresarial tuvieron su correlato en el incremento de la producción, así como en el del número de cervecerías. Sin duda, el precio también debió influir en el aumento del consumo. De hecho, a partir de 1870 las diferencias de precios entre la cerveza y el vino experimentaron una reducción. Con la expansión de la filoxera en Francia, buena parte de la producción nacional se exportó al país vecino, ampliándose incluso la superficie cultivada. Esta situación se mantuvo hasta principios de la década de 1890, cuando el viñedo francés empezó a recuperarse y cuando la enfermedad era ya una realidad en las cepas españolas. La producción vinícola local descendió a partir de 1892, alcanzando su mínimo histórico en 1915. Los precios del vino bajaron, no obstante, como consecuencia de la saturación del mercado internacional. Mientras, el precio de la cerveza aumentó a principios del siglo XX por cuestiones fiscales. El impuesto de consumos sobre la cerveza hizo que su precio llegara a elevarse un 74% por encima del precio del vino en 1905. De hecho, no consiguió disminuir su distancia con aquél hasta 1911, cuando quedó abolido dicho impuesto de consumos sobre la cerveza. En ese momento se dio una tendencia a la convergencia, aunque con un precio más elevado que el del vino. En cualquier caso, para entonces la demanda de cerveza se había incrementado en España, si bien el predominio claro entre las bebidas alcohólicas seguía correspondiéndole al vino.

Aplicando el esquema clásico de oferta y demanda, es evidente que Xavier García Barber ha construido un relato serio y riguroso. No obstante, echo de menos algunos aspectos sociales poco tratados en el texto y que, sin duda, están muy vinculados a la historia del consumo de la cerveza en España. No olvidemos que durante la Restauración fue, fundamentalmente, una bebida de las clases altas, y que estuvo muy vinculada a un determinado estatus social. Es más, fue bastante normal que muchos de estos consumidores se acercasen a las propias fábricas a degustar la cerveza in situ, por considerarse un signo de distinción. Y, de hecho, con el consumo de cerveza, como con el de otros bienes o servicios, se produjo un claro mimetismo social. En la medida en que la sociedad de masas fue abriéndose paso en las décadas de los veinte y treinta, también las capas inferiores de la sociedad, tan habituadas al vino, empezaron a querer probar esa bebida generalmente rubia y espumosa que las clases sociales más altas venían consumiendo desde tiempo atrás. Quizás este tipo de análisis menos economicistas hubiesen completado mejor las características del consumo presentadas por el autor. Entiéndase este apunte no como una crítica al excelente trabajo realizado por García Barber, sino como otro elemento más a tenerse en cuenta a la hora de analizar el consumo de cerveza en la España de la Restauración.

Carlos Larrínaga
Universidad de Granada