

# **Dossier. La historia del consumo en la Argentina Moderna**

## **La historia del consumo en la Argentina Moderna**

**Natalia Milanesio (University of Houston)**

Pocos campos de la historiografía argentina están más llenos de promesas y sorpresas que la historia del consumo. Con la vitalidad y el desenfado de la juventud, en donde hay todo por aprender y por cuestionar, la historia del consumo en Argentina es un desafío que implica conceptualizar problemas que nadie ha pensado, trabajar con fuentes y archivos ignorados y formular nuevas conclusiones.

Parte de la riqueza y la complejidad de los estudios del consumo es la pluralidad de significados del acto de consumir. Consumir es o implica comprar, usar, disfrutar, intercambiar; incluye objetos, experiencias y lugares; una pero también separa y puede ser un hecho altamente reflexivo y ético o mecánicamente ejecutado e inescrupuloso. Consumir puede ser un acto individual o colectivo; urbano o rural; puede ser único o repetitivo; puede ocurrir en un mercado o frente a la televisión. Es un hecho vital para la supervivencia o una práctica superflua, pero qué es vital y qué es superfluo es siempre materia de debate. Finalmente, el consumo es un mecanismo de expresión e identificación: sujetos y grupos se construyen a sí mismos en relación a qué, cómo, dónde y por qué consumen, construyen a otros y establecen barreras que los

separan o los acercan.

Los protagonistas de la historia del consumo son otro ejemplo de la exuberancia del campo de estudio. Es difícil pensar en individuos, clases, grupos, instituciones que no consuman. Y aparte de los consumidores están las empresas, el Estado, los publicitarios, los medios de comunicación, los intelectuales, los partidos políticos, la Iglesia—y esta es sólo una lista conservadora de actores profundamente relacionados con el consumo.

Los trabajos reunidos en este dossier son representativos de esta riqueza conceptual y teórica así como de la multiplicidad metodológica. El trabajo de Fernando Rocchi es pionero en el campo. Atento al proceso de industrialización del país y los cambios en la economía de exportación así como a las nuevas ideas sobre la publicidad (como la importancia de la marca y la preparación de las vidrieras), Rocchi ofrece una visión integral del consumo anclada en la historia económica pero informada por la cultura y la sociedad. Así, por ejemplo, Rocchi examina la expansión de la demanda de productos como cigarrillos y cerveza y el nuevo rol consumidor de la clase media sin perder de vista la relación entre estos cambios en el mercado y procesos como el de secularización y la democratización política.

El trabajo de Fernando Remedi sobre el consumo de alimentos entre los pobres a fines del siglo diecinueve y principios del veinte en Córdoba es un ejemplo claro de que la historia del consumo excede el estudio de prácticas conspicuas y no depende del mercado. De hecho, para los sectores pobres analizados por Remedi, había estrategias alternativas y complementarias para la obtención de alimentos que incluían al Estado, las instituciones de beneficencia, el abigeato y las relaciones intrafamiliares. Remedi también hace una advertencia que los historiadores del consumo conocen bien: el crecimiento de indicadores económicos de riqueza y bienestar no refleja las condiciones de vida materiales reales que deben abordarse con

un análisis de la distribución real y el acceso efectivo a ese bienestar de todos los sectores de la sociedad.

En su análisis de los cambios provocados por la tecnología hogareña a mediados del siglo veinte en Mar del Plata, Inés Pérez revela la intrínseca relación entre la historia del consumo y la cultura material. Para Pérez esa cultura material son lavarropas, cocinas, aspiradoras y hasta agua corriente, gas natural y cloacas. Pérez demuestra la importancia del consumo en la redefinición de roles tradicionales de género a partir de la "liberación" que la tecnología hogareña prometía a las mujeres así como el papel fundamental del consumo en la definición de estándares de confort y bienestar medidos en la cantidad y la calidad de objetos acumulados y lo que ellos pueden hacer por nosotros.

El análisis del turismo obrero en Mar del Plata durante el Peronismo de Elisa Pastoriza ofrece una perspectiva distinta ya que implica el consumo de experiencias (las primeras vacaciones, excursiones, viajes), de espacios (los balnearios, los hoteles, los restaurants, los lugares de esparcimiento) y de servicios. En el marco del gobierno peronista, la experiencia del consumo obrero estaba íntimamente conectada al Estado y por tanto, a discursos de derechos sociales. Sin embargo, estos derechos sociales como el de las vacaciones tenían un componente material y remitían a prácticas comerciales. En otras palabras, la democratización del bienestar implicó además de discursos de justicia social, formas concretas de acceso al mercado.

Mi contribución al dossier explora el rol del consumo en la construcción de identidades de clase durante el Peronismo. En el imaginario colectivo, el consumidor de clase trabajadora fue sinónimo de la pérdida del monopolio físico y simbólico de prácticas de consumo sobre las que las clases media y alta creían tener un derecho exclusivo. Así, el consumo se convirtió en una arena de conflicto por la distribución y apropiación de objetos y espacios y de sus significados. La

inesperada y numerosa presencia de trabajadores en comercios, restaurantes y cines tradicionalmente frecuentados por los sectores medios y altos infringió ideales tradicionales de distinción y status social y provocó mordaces acusaciones de emulación y vulgaridad. Confrontados con los nuevos consumidores, los sectores medios resintieron la potencial confusión entre clases y temieron su propia inhabilidad para diferenciarse de forma irrefutable de aquellos a quienes consideraba como “intrusos”.

### **Textos seleccionados para el dossier**

- Milanesio, Natalia (2014), Capítulo 4: “¿Cómo un basurero va a estar a nuestra altura?” Las ansiedades de las clases media y alta frente al consumidor trabajado, *Cuando los trabajadores salieron de compras. Nuevos consumidores, publicidad y cambio cultural durante el primer peronismo*, Buenos Aires: Siglo Veintiuno, pp. 119-157.
- Pastoriza, Elisa (2008) El turismo social en la Argentina durante el primer peronismo. Mar del Plata, la conquista de las vacaciones y los nuevos rituales obreros, 1943-1955, *Nuevo Mundo Mundos Nuevos*. Recuperado de <http://nuevomundo.revues.org/index36472.html>
- Pérez, Inés (2012), Capítulo 3: Las reinas del hogar y sus eléctricos servidores. El trabajo doméstico y la tecnificación del hogar, *El hogar tecnificado. Familias, género y vida cotidiana, 1940-1970*, Buenos Aires: Biblos. pp. 109-136.
- Remedi, Fernando (2005-2006). Los pobres y sus estrategias alimentarias de supervivencia en Córdoba, 1870-1920, *Población y Sociedad*, 12/13, pp. 169-205.
- Rocchi, Fernando (1998). Consumir es un placer: La industria y la expansión de la demanda en Buenos Aires a la vuelta del siglo pasado, *Desarrollo Económico*, 37 (148), pp. 533-558.

