

Fernandes de Oliveira, Milena (2014): *O mercado do prestígio. Consumo, capitalismo e modernidade na São Paulo da “Belle Époque” (1890-1914)*, São Paulo, Alameda, 438 páginas.

La obra que nos ocupa, *O Mercado do prestígio*, constituye un valioso aporte que permite aproximarse a la conformación de un capitalismo periférico a partir del consumo en el núcleo urbano que en el período considerado se constituye como centro económico y financiero de una economía primaria en expansión, el Brasil. Si el estudio de caso tiene en sí mismo gran relevancia, el enfoque que adopta Milena Fernandes de Oliveira no es menos interesante por su carácter innovador y es muy probable que deje una importante estela en la historiografía latinoamericana.

La obra comienza ubicando acertadamente la problemática en el marco de un renovado debate sobre los orígenes de capitalismo y de la revolución industrial, en particular en las discusiones sobre el papel que el consumo (y su manifestación como demanda) habría jugado en las transformaciones de las estructuras productivas. En esta línea se retoman los aportes de David Landes y Neil McKendrick y se remite a un amplio espectro de autores que en diferentes momentos se han ocupado de la materia, desde Carlos Marx a Thomas Piketty, pasando por Maurice Dobb, Paul Swezzy, Fernad Braudel, Norbert Elías, Eric Hobsbawm, Josep Fontana, Daniel Roche, Jean Baudrillard, entre otros, una prolija exposición del estado del arte que provee de un sólido sustento teórico a la investigación.

Naturalmente, no falta una pormenorizada indagación historiográfica sobre la relación entre demanda y oferta, consumo e industrialización en Europa y Norteamérica, a partir de la cual la autora se introduce en el caso paulista, en el cual indaga la construcción de la urbe, su modernización y embellecimiento, los avances tecnológicos y la emergencia de nuevas costumbres de la vida cotidiana, tanto en la esfera pública como en la privada. Transformaciones que se manifiestan en distintas novedades, como la utilización de maquinaria, el abaratamiento de costos, el mejor manejo del tiempo, el higienismo, la alimentación y la moda.

La eclosión de la economía cafetalera fue clave en este proceso que abrió la puerta a Brasil al capitalismo y al mundo moderno. El fenómeno alteró radicalmente el orden de las clases sociales, antes divididas en Brasil a *grosso modo* en hombres libres y esclavos. La transición del trabajo esclavo al trabajo libre, la conformación de nuevas formas de propiedad y de nuevas relaciones de producción, dieron –en el marco de la expansión cafetalera– paso a una división entre campo y ciudad, en la que se multiplicaron las formas de enriquecimiento y se debilitó la profunda rigidez que separaba en los períodos colonial e imperial a los estratos sociales, dando lugar a una relativa movilidad social.

De ese modo, aparecen como actores privilegiados del proceso la emergente élite cafetalera del oeste paulista, sus hijos transformados en profesionales liberales y “los nuevos ricos”, un gran caudal de inmigrantes que hicieron fortuna en el comercio. Por su parte, las clases más bajas continuaban vinculadas al modo de producción doméstico, de subsistencia, con una dinámica de consumo pre capitalista, la que cohabitó con la dinámica exclusivamente capitalista de la ciudad. En este contexto la autora presenta y analiza con suma destreza los conflictos de clase que brotaron de la nueva jerarquización social que alteró radicalmente el orden social paulista.

Fue el ascenso del café como principal producto de exportación del país lo que otorgó a la ciudad de San Pablo en tiempos del inicio de la República (1889) una gran importancia. Como contrapartida, la decadencia del Valle de Paraíba supuso el fin de una explotación de tipo extensiva y esclavista y dio inicio a la explotación con mano de

obra libre de las fértiles tierras del oeste: Sao Pablo se convirtió en centro comercial y financiero del país.

Valiéndose de una amplia variedad de fuentes, literarias, periodísticas, de memorias, estadísticas, cartográficas y, especialmente, publicidades –que retratan el ingreso de San Pablo a la modernidad y a las nuevas prácticas de consumo–, Fernandes de Oliveira construye un relato apasionante sobre la modernización de la ciudad y la introducción en ella de nuevas fuentes de energía (carbón, gas, electricidad), nuevas técnicas productivas, canales, vías férreas, puentes, viaductos, el telégrafo, prensa diaria, etc., a la vez que se redefinía la organización espacial que requería la industrialización. Tanto la imagen como los antiguos modo de vida se habían transformado de manera substancial. La vida urbana alteró la cotidianidad de los habitantes, creó nuevas necesidades y con ellas nuevos gustos, por lo que el consumo pasó a ser una esfera de construcción de las distancias sociales, siendo la principal fuente de pertenencia/diferenciación.

Lo interesante del caso paulista es cómo los nuevos aspectos de esa sociedad moderna y urbana pervivieron al lado de elementos del pasado colonial. De este modo, la combinación de estos rasgos modernos y arcaicos confirió trazos particulares a la naciente dinámica capitalista de consumo. En este sentido, la autora afirma que para la élite paulista el consumo funcionó como una herramienta “civilizadora”, en tanto fue usada para superar el pasado colonial identificado con el atraso. La apropiación de culturas extranjeras –inglesa y francesa– fue la lógica contracara, en el contexto periférico, del desprecio a la herencia portuguesa, blanco de críticas y símbolo del *status* colonial.

El análisis de Fernandes de Oliveira también destaca algunas de las contradicciones surgidas durante el proceso de modernización, que se expresaban a través de limitaciones materiales (las dificultades del desarrollo industrial) y socioculturales. Así, por la carencia de una gran industria y por la falta de productos nacionales de calidad, la élite recurrió a la importación de productos de lujo, cuyo consumo fue sinónimo de status y de diferenciación social. Como fenómeno paralelo y bajo el incentivo de la generalización de nuevos patrones de consumo, se difundieron prácticas de falsificación, imitación o copia que hicieron posible el acceso a las clases pobres a productos característicos del consumo de las clases altas.

Desde una dimensión territorial, la modernidad capitalista de San Pablo se concentró en el “Triangulo comercial” ubicado –en el centro de la ciudad– entre las calles la *direita*, *XV de Novembro* y *São Bento*. Allí se condensaba la vida política, social, económica y cultural, se ofrecían todo tipo de productos (tradicionales nacionales y novedades importadas) y lo último de la moda europea: alimentos, licores, perfumes, joyas, zapatos, vestidos, libros e instrumentos varios. Un lugar de compra, de paseo y de sociabilidad tanto para la élite y como para la bohemia paulista.

Estos habrían sido algunos de los rasgos, analizados desde la novedosa perspectiva de la historia del consumo, que Milena Fernandes de Oliveira identifica en las viviendas, el mobiliario, la vestimenta y el ocio paulista. Una nueva y atrapante forma de ver el ingreso del Brasil al mundo capitalista en tiempos de la *Belle époque*.

Eugenia Crusco
Instituto Superior de Estudios Sociales
(ISES, UNT - CONICET)