

# La revolución del consumo en el siglo XVIII y su impacto en el río de la Plata

**Richard Priscal**

[richardpriscal@montevideo.com.uy](mailto:richardpriscal@montevideo.com.uy)

Multiversidad Mundo Real Edgar Morin

Ciudad de México, México

<https://orcid.org/0000-0003-0601-7535>

## RESUMEN

Desde el siglo XVIII en adelante la revolución del consumo comenzó a vertebrar las prácticas de consumo, los valores y los estilos de vida transformando profundamente los esquemas de vida y las formas de organización social. Cambios en los artefactos domésticos, prendas de vestir, joyas y rituales sociales marcaron esta revolución global del consumo que impactó también en la sociedad rioplatense de los siglos XVIII y XIX. El propósito de este trabajo es conocer, describir y comprender las prácticas de consumo de la sociedad rioplatense hacia fines del siglo XVIII y principios del XIX. Esta indagación de carácter cualitativo está basada en una revisión documental que dé cuenta del estado del conocimiento respecto a la revolución del consumo y a sus impactos en la sociedad rioplatense. Las transformaciones más importantes tienen que ver con una nueva cultura material que resultó funcional al diseño social de la época sustentado en la jerarquización y la diferenciación social. Como fruto de la expansión transoceánica y regional tuvo lugar un aumento del consumo de alimentos, objetos de lujo y de confort que integraron definitivamente a la región platense a la cultura global de consumo.

*Palabras clave:* revolución del consumo; bienes de consumo; cultura material; vida cotidiana

# **The consumption revolution in the XVIII century and its impact on the río de la Plata**

## **ABSTRACT**

From the 18th century onwards, the consumer revolution began to structure consumption practices, values and lifestyles, profoundly transforming life patterns and forms of social organization. Changes in household appliances, clothing, jewelry, and social rituals marked this global consumer revolution that also had an impact on Río de la Plata society in the 18th and 19th centuries. The purpose of this work is to know, describe and understand the consumption practices of the Río de la Plata society towards the end of the 18th century and the beginning of the 19th century. This qualitative inquiry is based on a documentary review that accounts for the state of knowledge regarding the consumer revolution and its impacts on the Río de la Plata society. The most important transformations have to do with a new material culture that turned out to be functional to the social design of the time based on hierarchization and social differentiation. As a result of transoceanic and regional expansion, there was an increase in the consumption of food, luxury and comfort objects that definitively integrated the La Plata region into the global culture of consumption.

**Keywords:** *consumer revolution; consumer goods; material culture; daily life*

*Artículo recibido 15 febrero 2023*

*Aceptado para publicación: 15 marzo 2023*

## **INTRODUCCIÓN**

El propósito central de la presente investigación es conocer, describir y comprender las nuevas prácticas de consumo de la sociedad rioplatense a fines del siglo XVIII y principios del XIX. Indagar acerca de las transformaciones más importantes provocadas por la revolución del consumo del siglo XVIII. En relación a los objetivos específicos de este trabajo, en primer lugar, se considera fundamental caracterizar las dimensiones centrales de la revolución del consumo que tuvo lugar en el siglo XVIII. En segundo lugar, se considera importante describir e interpretar las prácticas de consumo, los valores y los estilos de vida de la sociedad rioplatense. En tercer término, resulta sumamente relevante analizar el consumo rioplatense desde la perspectiva de las jerarquías y las diferencias sociales.

El abordaje de las prácticas de consumo de la sociedad rioplatense se considera relevante por los aportes posibles en el estudio de la cultura material para una comprensión global de la historia rioplatense. El presente artículo tiende puentes entre la microhistoria y la historia global reconociendo las interconexiones e interdependencias políticas, económicas, sociales y culturales locales, regionales y globales. Se trata de una mirada sociocultural, con énfasis en la vida cotidiana y en la cultura material de la sociedad rioplatense.

La vida cotidiana y la cultura material como perspectiva de aproximación histórica a la realidad rioplatense muestra la centralidad en este caso de las prácticas de consumo, los rituales, las costumbres, la vestimenta, la comida y la vida social en general para la comprensión de la realidad histórica estudiada. Estas prácticas cotidianas son elementos representativos de las dinámicas sociales y del complejo entramado cultural que dan cuenta de las características de la sociedad rioplatense. Se subraya especialmente el papel de las nuevas prácticas de consumo como dispositivos sustanciales en la construcción de las diferencias y las jerarquías sociales.

De acuerdo a la revisión documental realizada, es muy perceptible que la región rioplatense fue afectada por la notoria expansión comercial que entre otras cosas hizo que aumentara la importación de objetos de consumo y se diversificaran los significados en relación a su uso. La referida integración comercial a los circuitos transatlánticos estimuló la llegada de muchos productos y la consiguiente participación de la sociedad en la revolución del consumo. Las fuentes consultadas arrojan importante

información en cuanto a una manifiesta revolución del consumo que incluso precedió a la industrialización y transformó notoriamente las prácticas de consumo y los estilos de vida de la sociedad rioplatense.

## **DISEÑO METODOLÓGICO Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

Esta indagación de carácter cualitativo tiene como propósito la revisión de conceptos y categorías que den cuenta del consumo de la sociedad rioplatense hacia fines del siglo XVIII y principios del siglo XIX.

Centrada en una metodología de tipo documental, estará orientada por la perspectiva de la historia de la vida cotidiana y la cultura material para la identificación y construcción de categorías que hagan visible el multidimensional universo del consumo en la compleja sociedad rioplatense.

El propósito de esta propuesta de investigación documental basada en una revisión bibliográfica y hemerográfica es dar cuenta del estado del conocimiento respecto a las prácticas de consumo de la sociedad rioplatense que permitan la construcción de nuevas explicaciones sobre la vida cotidiana en el espacio rioplatense.

La perspectiva cualitativa permite una multidimensional aproximación a la vida cotidiana y un desarrollo analítico que explore parte de las escenas cotidianas más relevantes de la época. Es posible también la comprensión de las relaciones entre las prácticas de consumo y la estructuración social.

### **Dimensiones centrales de la revolución del consumo en el siglo XVIII**

Coexistiendo con la Revolución Industrial tuvo lugar también desde el siglo XVIII en adelante una revolución del consumo que generó transformaciones en todo el mundo occidental como ha sido señalado por Marschoff (2013). La autora expresa que tiene lugar una transformación en la cocina que se ve reflejada en la diversidad de alimentos utilizados, en su preparación y en la masificación de los utensilios individuales utilizados en las prácticas cotidianas de consumo. Comienzan a fabricarse y comercializarse nuevos artefactos a escala global para el nuevo mundo de la cocina que, por ejemplo, marcó una explosiva producción de loza para amplios sectores sociales.

Emerge una nueva relación entre las personas y los objetos marcada por la incorporación cada vez más frecuente de los mismos a la vida cotidiana y por la percepción social de que son cada vez más imprescindibles en las prácticas cotidianas.

Stearns (2001) ha estudiado el fenómeno de una revolución del consumo en el siglo XVIII que marcó un auge del consumismo en la Europa Occidental y que significó la circulación de nuevos objetos y comportamientos sociales. Describe un nuevo ambiente cultural marcado en parte por la idea de progreso y antropocentrismo que favorecieron la preferencia social por una nueva y emergente cultura material. Este incipiente consumismo tuvo lugar en primer lugar en las zonas urbanas y comerciales que generaron un acceso a productos globales estimulados por la expansión de la economía colonial.

En relación al nuevo consumo de la época se destaca la moda del té y el café que profundizaron, a su vez, la compra de juegos de servir esas bebidas.

La expansión comercial del siglo XVIII originó el surgimiento de muchas tiendas y nuevas formas de aumentar las ventas. La extensión del crédito para el consumo fue la gran herramienta para que las personas pudiesen adquirir productos que no necesitaran. El préstamo de dinero para la compra de artículos no realmente necesarios comenzó a estimular la producción de bienes de consumo siguiendo las líneas de la moda y los caprichos pasajeros. La sociedad del siglo XVIII está atenta a las novedades y, por lo tanto, gasta más dinero en bienes de consumo. Ropa, relojes, perfumes, artículos para el hogar, cristalería, porcelana, cuchillos y tenedores, utensilios de té y manteles pasaron a ser considerados cada vez más en términos de necesidades.

Carmagnani (2012) resume los principales ejes que caracterizaron a la revolución comercial del siglo XVIII. En primer lugar, afirma que desde finales del siglo XVII y durante todo el siglo XVIII tiene lugar una expansión del comercio que termina socavando los principios fundamentales de la sociedad tradicional de los siglos precedentes y da lugar a la emergencia de nuevas prácticas y valores mercantiles. Es un momento de transición donde el orden aristocrático, jerárquico y estamental coexiste con el nuevo ideario del pensamiento ilustrado. El consumo característico de las sociedades tradicionales ordenado por la tradición estamental se verá sacudido por un consumo socialmente más abierto y dependiente de los recursos disponibles. En segundo lugar, y en relación con los nuevos ideales del pensamiento ilustrado, comienza a tener lugar la despenalización del lujo que ya deja de ser

considerado como un elemento corrosivo de los usos sociales y las costumbres. Esta transformación llevará gradualmente a que el consumo comience a formar parte cada vez con mayor profundidad de la dimensión material de la economía. Y, en tercer lugar, señala la importancia del consumo para la promoción del empleo, el desarrollo del comercio y la prosperidad tanto de los sujetos privados como del propio Estado. Por último, la revolución comercial se fundamenta en una serie de transformaciones relacionadas con la creciente monetarización, la creación y propagación de líneas de créditos comerciales y el aumento del pago en las transacciones comerciales. Estos cambios serán funcionales a la explosión del comercio internacional que verá incrementado el flujo, por ejemplo, de las tradicionales especias como la pimienta, la nuez moscada y el clavo de clavel, de las nuevas como el azúcar, el té, el café y el cacao conjuntamente con el algodón de India, que evidenciarán el aumento de los flujos comerciales interoceánicos. Esta explosión del consumo profundizó la relación de los objetos de consumo con las relaciones sociales que principalmente tenían lugar en los espacios urbanos donde el estatus social y el prestigio ordenaban en gran parte la vida social. Por eso es que todos los productos se terminan convirtiendo en objetos culturizados que influyen en los comportamientos y los significados sociales.

También refleja la transformación de las mercancías que se produjo debido al aumento del comercio de los productos mediterráneos (vino y frutas), los productos americanos (tabaco, azúcar, café, colorantes), los productos asiáticos (tejidos, azúcar, té, café, colorantes) y del incremento de los productos tradicionales europeos y del Cercano Oriente (trigo, madera y materias primas). La transformación de las mercancías nos permite comprender el notable aumento del volumen del comercio de bienes en las diferentes zonas de Europa y en especial de los artículos que van desde la Europa atlántica hacia el Mediterráneo, Asia y las Américas. La revolución comercial constituye, por tanto, el escenario en el que nace la economía política y la denominada primera revolución industrial (Carmagnani, 2012, p. 36).

Black (1997) ha afirmado que precisamente el comercio se profundizó notablemente a lo largo del siglo XVIII siendo el comercio colonial y transoceánico el motor de esa expansión. Las regiones transoceánicas se convirtieron en importantes espacios de producción de materias primas y productos

básicos a la vez que en mercados para la producción de artículos europeos. Los sectores sociales con mayor poder adquisitivo se mostraron entusiastas al poder participar en el consumo de los muy aceptados productos europeos.

Para Jan de Vries (2009) durante los siglos XVII y XVIII tienen lugar formas de consumo que se creían más asociadas a los tiempos modernos, como el consumo conspicuo o el consumo como signo que en aquellos siglos se relaciona al lujo y al confort.

El autor describe el concepto de revolución industriosa para explicar las transformaciones que tienen lugar principalmente en el norte de Europa y que preceden a la Revolución Industrial de los siglos XVIII y XIX. La demanda de objetos de consumo habría tenido un rol central en la revolución industriosa al convertirse en un factor estimulante para el trabajo de los miembros de la unidad familiar. El creciente interés por el confort generó una reestructuración dentro del hogar con la incorporación de mujeres y niños a las formas primitivas de producción para el mercado. Entonces tenemos que se dio una reorientación del trabajo de mujeres y niños desde tareas domésticas a actividades remuneradas en el mercado. A su vez, se habría dado un aumento en los días de trabajo que tendría importancia dado el creciente papel del consumo a nivel social.

Jan de Vries estudió en profundidad los inventarios *post mortem* y constató un aumento de los bienes de confort o decorativos de origen exótico que evidenció la centralidad de algunos productos de moda para los más pudientes sectores sociales. La investigación también arrojó resultados acerca del cambio de la cultura de consumo, ya que los bienes pasaron de cimentar su valor en el material con el que eran producidos a ser valorados por su estética.

### **Las prácticas de consumo en la sociedad rioplatense**

La sociedad rioplatense participó activamente en este fenómeno global y muy rápidamente las nuevas prácticas de consumo fueron incorporadas a la vida cotidiana de las élites más distinguidas, pero también fueron muy valiosas para sectores de menor poder adquisitivo. La propia apertura económica de la región hacia fines del siglo XVIII y principios del XIX marcó la circulación de distintos juegos de vajilla, juguetes, relojes, joyería, libros, textiles, licores, té, chocolate, muebles y ropa elegante.

El consumo pasó a convertirse en un elemento considerable en la construcción de las identidades y la diferenciación social.

Como lo ha señalado Rochi (2021), la conquista y colonización de América impulsó la circulación intercontinental de mercancías que dieron como resultado una mixtura de gustos y costumbres a escala global. En los siglos XVIII y XIX las nuevas prácticas de consumo dieron lugar a una cultura de la ostentación donde los sectores sociales más poderosos adquirirían múltiples bienes como telas finas, perfumes, alimentos y prendas de vestir que reforzaban las diferencias sociales. Por eso afirma que el consumo es una categoría central para la comprensión de las sociedades desde una perspectiva global y transnacional.

En este marco, las políticas borbónicas de finales del siglo XVIII revitalizaron el comercio internacional y posibilitaron que el complejo rioplatense se vinculara directamente con el mercado mundial de objetos de consumo.

En este contexto puede apreciarse, por ejemplo, un aumento considerable de artefactos relacionados con la forma de presentar los alimentos en la mesa, lo que evidencia la influencia que tuvo en la región la denominada explosión del consumo.

Se tratase de alimentos, vestimenta o artículos de lujo, las prácticas de consumo en la sociedad rioplatense tenían que ver también con dimensiones importantes de la vida cotidiana.

Además de la producción local de alimentos el espacio montevideano se abastecía con un amplio número de bienes que llegaban de otras partes. Los textiles para vestir personas y casas llegaban tanto de América como de Europa; bebidas y tabaco llegaban de la región y de España; a pesar de su pequeñez y distancia de Europa, Montevideo compraba pasas de uva, loza, pañuelos, pimentón, aceite, enaguas, mantillas y manteles diseñados y elaborados en el Viejo Mundo (Moraes, Thul, 2015, p. 16).

De acuerdo a Moreyra (2010), los objetos de consumo aportan valiosa información para la comprensión de las distintas dinámicas y relaciones sociales. Las prendas de vestir se relacionan con un objeto que funcionaba para marcar las diferencias sociales, por lo que esto explica en parte el valor asignado por los sectores sociales más distinguidos.

Los bienes materiales contribuían a definir el lugar que se ocupaba en la sociedad, ya que también tenían un significado social, y la gente los utilizaba como elemento de

comparación, diferenciación, superación de otros grupos y para expresar individualidad o afinidad (p. 389).

Para Moreyra (2011), el estudio de la cultura material es relevante para la comprensión de las relaciones sociales dadas las permanentes interacciones entre los objetos materiales y la vida cotidiana de las personas. Claramente la cultura material expresa la dinámica de los vínculos sociales y las transformaciones en las relaciones sociales.

Visiblemente los objetos de consumo en general y el vestido en particular, de acuerdo a la investigación de Moreyra (2010), se relacionan con la perpetuación de los privilegios de los españoles y las jerarquías sociales.

El vestido era evidentemente una necesidad, aunque no solo de cubrir el cuerpo, sino de diferenciarse, de defender los privilegios de clase. Pocas cosas marcaron y marcan todavía las diferencias sociales como el vestuario. El vestido representó principalmente género y estatus: miembros del grupo dominante, esclavos, sirvientes, clérigos, religiosas, prostitutas, niños, niñas; todos vestían, o debían vestir, ropas propias de su sexo y de su condición social y económica (2010, p. 394).

Este interesante estudio de Moreyra sobre la sociedad en Córdoba refleja la centralidad del vestido en la conformación de las jerarquías sociales y los prejuicios raciales, en tanto el cuerpo vestido de las clases dominantes proyectaba imágenes de poder, riqueza y estatus. En los hechos, las normas y las costumbres de la época definían, por ejemplo, que vestir prendas de seda, oro y encajes quedaba para el uso exclusivo de los españoles, en una clara demostración de regulación social.

Se desprende de lo anteriormente señalado que el acceso a distintos bienes de consumo en las sociedades rioplatenses de fines del siglo XVIII y principios del XIX marcaba la posición social y los posibles privilegios de las personas. La vivienda, el mobiliario, la vestimenta y las joyas, por ejemplo, estarían mostrando el acceso a determinados consumos y estilos de vida.

Siguiendo con los estudios de Moreyra (2014) sobre la vestimenta y la vida cotidiana en Córdoba, es interesante subrayar cómo el frac era inseparable del chaleco y el pantalón conformando el atuendo masculino de gala hacia fines del siglo XVIII y durante el siglo XIX. Esta vestimenta pareció ser

patrimonio de los más acaudalados e influyentes sectores sociales y era una clara muestra del hombre adinerado, civilizado y de buena cuna.

Otro de los discursos que atravesaba este apartado de la cultura material cotidiana se relacionaba con la imagen y la apariencia. Vestir levita o frac tenía profundas implicancias sociales y económicas por lo que eran la viva imagen de un hombre acaudalado y de “buena cuna”. Con ellas se imponía la obligación de vivir a la altura de esa imagen, es decir, acompañar dicho atuendo con los accesorios adecuados: finos guantes, bastones y relojes de oro que ostentaran un alto status. Engalanada de esta manera, la persona debía presentarse en bailes, teatros, paseos y tertulias, entregando generosas propinas dignas de alguien distinguido (p. 98).

El interesante trabajo de Schinca (2003) sobre las dimensiones centrales de la vida cotidiana en el Montevideo de los siglos XVIII y XIX brinda una profusa recopilación de datos y documentos que permiten una mayor comprensión de los estilos de vida, valores y prácticas de consumo de las personas que vivieron en esa época. Como por ejemplo la fama de la que gozaba el comercio de don Doroteo que vendía vestimenta de última moda para las mujeres del 800. En esa casa comercial se ofrecían modelos y prendas de distintas partes de Europa como elegantes abanicos con piedras preciosas, medias blancas de seda, zapatos con grandes tacones con o sin hebillas o finas faldas con volado hasta el tobillo.

Sostiene el autor que en el correr del siglo XVIII se fue desarrollando un grupo poderoso de comerciantes, hacendados y saladeristas que evidenciarían la estratificación social sostenida en la riqueza y las diferencias sociales. Sin llegar a conformarse una aristocracia de sangre como en otras regiones sí se fue gestando un grupo poderoso con poder económico, político y social que aprovechó el nuevo contexto económico principalmente a partir del Reglamento de Libre Comercio dictado en 1778 que posicionó a Montevideo como puerto mayor. A partir de estas disposiciones todos los barcos provenientes de España entraban obligatoriamente en el puerto de Montevideo lo que propició la concentración del comercio transoceánico en la región. A la vez diversificó el comercio regional porque los barcos cuyo destino era Lima en Perú también desembarcaban su mercadería en nuestro puerto y continuaban por vía terrestre hacia el norte.

A esta realidad comercial debe agregarse también el aporte del comercio por fuera de las disposiciones legítimas de las autoridades coloniales, lo que podría explicar entonces la variedad de mercadería que se comercializaba en las distintas casas comerciales de la ciudad portuaria. El crecimiento de Montevideo y de sus sectores más poderosos erosionó la relativa igualdad de los primeros tiempos fundacionales y evidenció distintos consumos y estilos de vida que traducían el incremento del poderío de algunos sectores sociales.

Pero también queda evidenciado que el consumo de prendas distinguidas y accesorios por parte de las elites era posible gracias a la explosión del consumo a escala global y a la apertura económica del complejo platense. La inversión de considerables volúmenes en la vestimenta permitía también mudarse de ropa con mayor frecuencia que los sectores populares, lo cual abonaba la cultura material de la distinción, pero también habilitaba al desarrollo de prácticas más higiénicas.

Para Sala de Touron (1968) en las últimas décadas del siglo XVIII y más precisamente a partir de 1778 hay un incremento comercial en Montevideo que tiene que ver con los privilegios otorgados por la Corona española, las condiciones naturales de su puerto y el desarrollo económico de la región. El tráfico negrero, la venta de tasajo a Cuba y Brasil, la instalación de los saladeros y el auge del comercio legítimo e ilegítimo le dieron a Montevideo una impronta de ciudad mercantil. Por el puerto salieron la mayor parte de los cueros, sebos, aspas, etc. A su vez, llegaban telas, metales, ferreterías, medicinas, alimentos y otros destinados a Buenos Aires y también dirigidos hacia el litoral e interior del virreinato. A Montevideo también ingresaban azúcares, alcoholes y esclavos. Asimismo, el contrabando era muy importante en el abastecimiento de los distintos comercios de la Banda Oriental. En este marco de auge comercial los importadores suministran variados productos a los mayoristas quienes posteriormente colocaban las distintas mercaderías en las tiendas, almacenes y pulperías de Montevideo, las villas del interior o de la campaña.

En el mostrador de las tiendas "de telas de España", la oligarquía montevideana se surtió de sedas, tafetanes, muselinas, holandas, bretañas y cotonías, blondas de encaje, cintas, pañuelos finos, ropas hechas, medias y orfebrerías. En las barracas y almacenes navales se vendieron las ferreterías, maderas, breas, velámenes, etc., utilizados por los artesanos y el público. En tiendas y pulperías el pueblo adquirió todo lo preciso, las

telas bastas, ponchos, jergas, frazadas, etc., llegadas desde el interior del virreinato sustituyeron a las manufacturas europeas, muy caras para las clases populares. Los frutos transitaban un camino inverso. Desde las estancias, pulperías y centros de acopio del interior, llegaban a Montevideo los cueros que, depositados en los "huecos" –apilados esmeradamente por peones especializados– esperaban el buque en cuyas bodegas saldrían al exterior (p. 148).

En el trabajo dirigido por Carlos Mayo (2005) son manejados importantes datos en relación a la diversidad de productos de consumo de amplia circulación por el complejo rioplatense hacia finales del siglo XVIII y durante las primeras décadas del siglo XIX. Se da cuenta de una gran cantidad de productos que se vendían en los distintos comercios rurales en el universo rural bonaerense y que evidencian también las diferencias en el acceso al consumo, pero que ilustra un consumo mucho más rico del que era presentado hasta hace algunas décadas para las zonas rurales rioplatenses.

En los distintos comercios rurales bonaerenses desde fines del siglo XVIII y durante la primera mitad del siglo XIX se ofrecía una multiplicidad de productos que llevan a complejizar aquellas ideas tan arraigadas sobre las prácticas de consumo en el medio rural y que mostraban a las personas casi que teniendo una dieta muy básica y con un acceso limitado a otros objetos de consumo por fuera de lo imprescindible para vivir.

Se desprende de esta investigación que la cultura material de la sociedad rural bonaerense se fundaba en alimentos, pero también se consumían productos para la higiene, prendas de vestir, artefactos para la cocina y artículos para el tiempo libre y el entretenimiento. De los documentos indagados sobre los distintos comercios rurales de aquella época hay registros que certifican que se vendían fideos, arroz, harina, fariña, pan, yerba, azúcar, aceite, vinagre, especias, legumbres, vino, ginebra, caña, aguardiente de anís, dulces, conservas, pasas de higo, pasas de uva, galletitas, jabones, escobas, palanganas, cuchillos, platos, vasos, calzado, mazos de naipes, juegos de lotería, sombreros y otros. Esto estaría dando cuenta de importantes circuitos comerciales tanto intrarregionales como transoceánicos que explicarían la coexistencia de productos de distinta naturaleza, calidad, precio y procedencia.

Lejos de las visiones que pintaban las prácticas alimentarias como sumamente rudimentarias, la investigación da cuenta de que a las personas del mundo rural no les eran desconocidas las comidas

elaboradas y condimentadas como por ejemplo los guisos, los estofados y los pucheros. En el caso de las especias sumamente usadas y asociadas a los gustos y a las posibilidades de los sectores más pudientes se confirma que las personas de menores recursos también las integraban a la dieta ya que muchas hierbas aromáticas eran comunes en los huertos y en los campos.

Además, debe tenerse presente la influencia de las ideas ilustradas burguesas en la sociedad rioplatense que justificaban el aumento del consumo como parte de la búsqueda de la felicidad y el confort, desvinculándose, de acuerdo a lo que plantea Marschoff (2013), el lujo de la ostentación más asociado a la cultura del Antiguo Régimen. Al ir convirtiéndose en una actividad de disfrute fue alejándose de los preceptos moralizadores que la restringían socialmente.

La sociedad rioplatense de fines del siglo XVIII y principios del XIX no solamente fue influenciada por la expansión del consumo, sino que también lo fue por los cambios sociopolíticos que marcaron el período de transición hacia nuevos paradigmas políticos y económicos.

Para Etcheverry (2021) las transformaciones provocadas por la Revolución francesa (1789) cambiaron profundamente todas las dimensiones de la vida y como muestra señala, por ejemplo, que la sociedad estamental del Antiguo Régimen reglamentaba la vestimenta a usar y con ello la distinción social. Todo eso cambió a partir de la oleada revolucionaria francesa y la moda presentó también cambios que evidenciaban cierto distanciamiento con los parámetros culturales de la sociedad tradicional.

De acuerdo a Moreyra (2014) y en referencia a los procesos políticos y las modas, el abstenerse de los calzones durante la Revolución francesa tenía un profundo significado político como lo era el distanciarse de la monarquía y la sociedad aristocrática y adherir a los principios revolucionarios. La propagación del uso del pantalón fue impulsada por los sectores populares y en las décadas siguientes adoptada por la burguesía como forma de marcar diferencias con la aristocracia cortesana. En pocos años en la región de Córdoba, como es señalado por la autora, se fue pasando del uso del chaleco, el calzón y la chaqueta al uso del pantalón como nuevo símbolo de la masculinidad de aquellos tiempos. La coexistencia del uso de calzones y pantalones reafirma una de las ideas centrales de la autora al resaltar la centralidad de la vestimenta como un elemento cultural y comunicativo del estatus social, el género, la profesión y, en definitiva, el lugar ocupado en la sociedad.

La moda y las prácticas de consumo son importantes y atraviesan los procesos políticos, como bien señala Schinca (2003), al observar cómo entre 1825 y 1840 los mandatos de la moda se hacían lugar en tiempos de revoluciones y conflictos locales como evidencian, por ejemplo, el uso extendido, por parte de mujeres, de abanicos patrióticos acordes a los tiempos que se vivían o los fraques con colas y solapas inmensas que lucían los hombres. También llevaban calzón corto con hebillas de oro o plata, medias y pañuelos de seda y capas de distintos colores, claramente en una demostración estética de la posición social de algunos sectores.

A la democratización de la moda la potenció la expansión comercial que en el caso de Buenos Aires mostraba cómo a su puerto llegaban múltiples mercaderías desde Europa como finas telas de encaje, paños, algodones, vinos, licores y objetos de lujo a las que se agregaban otros objetos de China, como sedas y té, por ejemplo.

De esta manera los sectores dominantes de la sociedad rioplatense entraban en contacto con una cantidad de objetos de consumo que resultaban funcionales a la posición social que detentaban hacia fines del siglo XVIII y principios del siglo XIX. Los comerciantes, la alta burocracia, las jerarquías eclesiásticas y otros integrantes de los estratos superiores evidenciaban su estatus social con la vestimenta, la cantidad de esclavos que tenían o los distintos objetos que daban cuenta de la cultura material existente.

El contexto de expansión económica y cultural que vivía la sociedad rioplatense hacia finales del siglo XVIII y principios del siglo XIX dinamizaba la vida cotidiana y, precisamente haciendo referencia a la condición portuaria de Montevideo, Pierrotti (2007) señala que también florecieron espacios para el consumo de ideas y novedades provenientes de la región y también de Europa. Las tertulias, las fiestas nocturnas, los cafés, las pulperías y las librerías fueron lugares donde se discutían las nuevas ideas y los cambios de la época.

## **DISCUSIÓN Y RESULTADOS**

En el siglo XVIII se dieron profundas transformaciones a escala global que influyeron en la mejora del nivel de vida mostrando un aumento significativo en el consumo y una diversificación en los estilos de

vida de las personas. Fueron tan importantes la producción, circulación y consumo de nuevos objetos que se habla de una verdadera revolución del consumo.

Esta revolución del consumo que se hizo muy visible en las zonas urbanas puso en circulación global alimentos, prendas de vestir, productos para la higiene, utensilios para la cocina, objetos decorativos y muchos otros que dieron forma a una nueva cultura material.

Marschoff (2013), Carmagnani (2012) y de Vries (2009) con distintas terminologías dan cuenta de una expansión global del consumo en el siglo XVIII que precedieron y luego acompañaron a la Revolución Industrial. La idea de que una revolución del consumo pusiera en contacto nuevos artefactos, prácticas, estilos de vida y culturas a escala global debe subrayarse, puesto que la historiografía clásica daba por sentado que todas esas transformaciones se habían dado con la industrialización de los siglos XVIII y XIX.

Todos los autores coinciden en señalar la profundización de las relaciones comerciales y la importancia de las regiones transoceánicas tanto en la producción de materias primas como en el consumo de alimentos y nuevos objetos asociados al confort, el lujo y la moda.

De acuerdo a la revisión documental, comenzó a extenderse un consumo de objetos de lujo y de confort por parte de los sectores con mayor proyección socioeconómica que acentuó las jerarquías y diferencias sociales.

Como fruto de la apertura comercial de los siglos XVIII y XIX el complejo rioplatense también fue parte de esta revolución del consumo incorporando mediante el comercio transoceánico y regional distintos objetos de consumo que fueron soporte de las modas y las jerarquías sociales.

Sala de Touron (1968) y Schinca (2003) refieren a la gran apertura comercial que tuvo lugar a partir de las Reformas Borbónicas y le asignan vital importancia al comercio legítimo e ilegítimo para entender el aluvión de productos que llegaron al Río de la Plata.

El ambiente favorable para la expansión comercial en la región platense generó distintos circuitos comerciales legítimos e ilegítimos tanto en las zonas urbanas como en las rurales. Los objetos de consumo también encontraron formas de penetración territorial de modo que la revolución del consumo también fue hibridándose con las prácticas y rituales tradicionales preexistentes.

Se desprende entonces que la revolución del consumo tuvo un carácter global y que precisamente encontró en el complejo rioplatense un contexto favorable para su difusión. Además, confluyeron las distintas modalidades comerciales asociadas al gran comercio transoceánico con el comercio intrarregional, lo que definió al complejo platense como un espacio propicio para los negocios de importación y exportación.

El favorable ambiente para el desarrollo económico de la región se expresó en un incremento de los negocios en relación con los objetos de consumo que llegaban a la región. Las zonas urbanas y dentro de ellas los sectores más acaudalados fueron los que más participaron en la cultura de consumo instalada en la región rioplatense. El consumo que realizaron los sectores populares fue marginal en comparación con el realizado por los sectores más poderosos. Asimismo, el consumo en las zonas rurales (Mayo, 2005) fue mucho más diverso de que lo que tradicionalmente la historiografía clásica había definido, lo que denota que la expansión comercial no quedó encorsetada únicamente en las zonas urbanas.

En este marco Moreyra (2010, 2014) aporta interesantes insumos para el estudio de la cultura material rioplatense de los siglos XVIII y XIX destacando el papel de los objetos de consumo en la comprensión de los estilos de vida, las prácticas de consumo y los rituales sociales. Sus estudios dan cuenta de la importancia de la vestimenta principalmente en la configuración de las relaciones sociales y las jerarquías sociales. La descripción que realiza permite una aproximación al diseño social de la época y a la centralidad del consumo de ropa en la vida cotidiana.

## **CONCLUSIONES**

La revolución del consumo desarrollada de un modo ostensible desde el siglo XVIII en adelante transformó considerablemente las prácticas de consumo, los valores y los estilos de vida de la sociedad rioplatense. A partir de esta premisa es que se considera relevante el estudio de la cultura material para la comprensión de la vida cotidiana en el complejo rioplatense.

De acuerdo con las fuentes consultadas, el estudio de la cultura material es sumamente importante para aproximarnos a las relaciones sociales, los estilos de vida y los significados asignados a los objetos de consumo. En primer lugar, nos permite conocer más de una época determinada y en este caso ir más

allá del estudio de fechas, gobernantes y períodos políticos. En segundo término, nos introduce directamente en las formas de organización social y en las distintas expresiones culturales que reflejan las jerarquías sociales y las prácticas de consumo de las personas.

Para el caso de la sociedad rioplatense se constata que las personas pertenecientes a los estratos sociales más acaudalados mostraron un acceso diferenciado al consumo de alimento, vestimenta y objetos suntuarios. La elite urbana principalmente se diferenció de los sectores subalternos por la cantidad y calidad de los objetos de consumo adquiridos, lo que reflejó mejores niveles de higiene al poder mudarse de ropa con mayor frecuencia o presentarse en sociedad de acuerdo a las características del evento. El consumo se constituyó entonces como una forma de legitimar los privilegios de clase y diferenciarse socialmente. El consumo de los sectores sociales más modestos en términos monetarios fue más espaciado y de menor calidad.

Debe destacarse que la revolución del consumo y la expansión comercial del complejo rioplatense forman parte del desarrollo económico global de los siglos XVIII y XIX y que por lo tanto influyeron directamente en la proliferación de distintos espacios relacionados con la comercialización de objetos, el paseo cotidiano o el intercambio social entre las personas.

Las zonas urbanas rioplatenses fueron muy receptivas a una revolución del consumo que transformó las prácticas de consumo y acentuó los dispositivos de diferenciación social. El acceso a nuevos objetos de consumo y la participación social por parte de las personas comenzó a ser cada vez más importante y símbolo de la distinción en sociedades social y racialmente estratificadas.

## **LISTA DE REFERENCIAS**

Black (1997) *La Europa del siglo XVIII 1700-1789*. Akal

Carmagnani, M. (2012). *Las islas del lujo. Productos exóticos, nuevos consumos y cultura económica europea, 1650-1800*. Marcial Pons, Ediciones de Historia.

de Vries, J. (2009). *La revolución industrial. Consumo y economía doméstica desde 1650 hasta el presente*. Crítica.

Etcheverry, D. (2021). *Vestido Estilo Imperio. Cuadernillos de Investigación*, Museo de la Historia del Traje, Ministerio de Cultura Argentina.

- Marschoff, M. (2013). Los objetos de la alimentación en el Buenos Aires virreinal: entre el mercado mundial y las prácticas cotidianas. *Revista de Arqueología Histórica Argentina y Latinoamericana* 7, 11-40.
- Mayo, C. (2005). Comercio minorista y pautas de consumo en el mundo rural bonaerense, 1760-1870. *Anuario IEHS*, 20.
- Moraes, M., Thul, F. (2015). *Evolución del precio de una canasta de consumo en Montevideo entre 1760-1810*. UDELAR.
- Moreyra, C. (2010). Entre lo íntimo y lo público. La vestimenta en la ciudad de Córdoba a fines del siglo XVIII. *Fronteras de la Historia*, 15(2), 388-413.
- Moreyra, C. (2011). Pensar los objetos. Problemas y fuentes para el estudio de la cultura material en la época colonial. *Anuario de Arqueología*, año 3, número 3.
- Moreyra, C. (2014). La ropa, lo masculino y lo civilizado. La vestimenta de los hombres en Córdoba (Argentina) siglo XIX. *Temas Americanistas*, 33, 88-112.
- Pierrotti, N. (2007). El nacimiento de una forma de ser. Una nueva visión sobre la construcción de las mentalidades en el Montevideo colonial (1726-1814). *Estudos Ibero-Americanos*, vol. XXXIII, núm. 2, diciembre, 2007, 35-50. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul Porto Alegre.
- Rochi, F. (2021). El consumo en la historia global y transnacional. Una perspectiva latinoamericana. *Anuario IEHS* 36(2), 181-207.
- Schinca, M. (2003). *Boulevard Sarandí. Memoria anecdótica de Montevideo*. Ediciones de la Banda Oriental.
- Stearns, P. (2001). *Consumerism in world history. The global transformation of desire*. Routledge.
- Sala de Touron, L. (1968). El mostrador montevidiano. *Enciclopedia Uruguaya*. Arca.