

RECENSIÓN

González Yáñez, Betnaly. (2023). Ajuar doméstico, lujo y ostentación en la Caracas de finales del siglo XVIII. Caracas, Venezuela: Academia Nacional de la Historia; Fundación Bancaribe para la Ciencia y la Cultura. 164 páginas.

Ocando-Thomas, Eloisa 

Warwick University, Inglaterra

Correo electrónico: eloisa.ocando-thomas@warwick.ac.uk

La vajilla, los muebles y la distribución de los objetos cotidianos dicen mucho de las lógicas internas de una sociedad. A partir de esta premisa, Betnaly González explora concienzudamente el ajuar doméstico de las élites coloniales de la Provincia de Venezuela y demuestra que los objetos, más allá de su función práctica, tuvieron roles identitarios clave. El libro que presentamos a continuación fue galardonado en la convocatoria 2021-2022 del Premio Nacional de Historia Rafael María Baralt.

Las reflexiones desarrolladas en este estudio están ancladas en el interés histórico por la cultura material. Desde los años 80 con los trabajos seminales de McKendrick, Brewer y Plumb (1982), la historización de los objetos y de sus roles sociales ha ido en aumento. Aun así, a pesar de la proliferación de estudios cada vez más minuciosos sobre los objetos y la demanda de los consumidores, este interés no escapó a la tendencia eurocéntrica de las humanidades y ciencias sociales. El consumo ha sido tradicionalmente estudiado en los contextos occidentales, en Europa y Norteamérica. Ahora bien, desde 1990 y aunado al giro cultural, los cuestionamientos decoloniales en torno a la cultura material fomentaron la publicación de un número creciente de estudios sobre consumo y consumidores fuera del Norte Global, centrados en Asia, África y Latinoamérica. Para

nuestro continente, las últimas dos décadas han atestado un aumento lento, pero constante de investigaciones históricas sobre el consumo.

La mayoría de las historias del consumo y los consumidores en Latinoamérica desarrollan las conexiones entre ciudadanía, consumo y nacionalismo en el siglo XIX. Este es el caso de los trabajos de Steven Bunker, Julio Moreno y Sinclair y Pertierra (2012) para México, así como, los de Eduardo Elena (2011) y Natalia Milanés (2013) para Argentina. Aun así, la mayoría de estos estudios se circunscriben al período republicano posterior a la disolución del régimen colonial en la región. Tres siglos de consumidores coloniales han sido generalmente ignorados por los estudios de consumo, aparentemente aún marcados por la asociación entre consumo y sociedad moderna industrializada. Aunque existe un corpus importante sobre el uso de la ropa y la comida como símbolo de estatus en las colonias americanas, esta historiografía aparece desconectada de las discusiones sobre cultura material, demanda y consumidores en el contexto colonial.

La obra de Betnaly González es pionera en intentar llenar el vacío en los estudios sobre consumo cotidiano durante el período colonial en Hispanoamérica. Usando las nociones de lujo y ostentación en el espacio doméstico, la autora desarrolla una discusión convincente sobre el uso de objetos en las casas de las élites coloniales. Ella desarrolla una provocativa hipótesis sobre la materialidad, el espacio doméstico y la consolidación de la distinción público-privado en una sociedad colonial que a finales del siglo XVIII abrazó los nuevos ideales de modernidad ilustrada.

Para este fin, el libro está dividido en seis capítulos. El primero de ellos desarrolla las definiciones de lujo y ostentación en la edad moderna temprana, que influenciaron también a la sociedad colonial en la Venezuela del siglo XVIII. Los dos capítulos que le siguen ofrecen un examen de la estructura sociohistórica de la Provincia de Venezuela en general y la

ciudad de Caracas, con especial atención al rol de los objetos. La descripción del origen de los bienes materiales que circularon en la Provincia en el capítulo 2, alimenta la discusión en el capítulo 3 sobre la composición de las élites sociopolíticas de la urbe. En esta misma sección, González ofrece información muy interesante sobre la circulación de bienes entre las familias mantuanas a través de los testamentos. La tipificación de los bienes domésticos en los testamentos, desarrollada en el anexo 1, ejemplifica la jerarquización émic y el valor de ciertos objetos domésticos en la vida cotidiana de los mantuanos.

El cuarto capítulo desarrolla una fina descripción de las casas mantuanas en Caracas, explicando la caracterización de distintos espacios internos y la relación del espacio con las ideas de lo público y lo privado. Finalmente, los capítulos quinto y sexto vuelven la mirada a los objetos en sí mismos: González demuestra un impresionante manejo de las fuentes históricas al clasificar más de 2900 objetos según su uso doméstico y su lugar en la casa mantuana. El análisis de la posesión de unos u otros bienes según el estamento, el género, y el estado civil provee información clave y hasta ahora no publicada sobre la vida material de la colonia.

El enfoque en la materialidad de la vida social permite a la autora llegar a conclusiones provocativas sobre las intersecciones entre estatus, moda y objetos. González demuestra que, para las élites de la Provincia de Venezuela, los bienes materiales estuvieron en el centro de prácticas de consumo, entendidas como hecho social total en el sentido de Marcel Mauss (2013; Lévi-Strauss, 2013). De este modo, aunque los bienes sirvieron en parte para consolidar la posición social de las élites ante sus pares y otros grupos sociales, tuvieron también otras funciones. A través de los objetos, los mantuanos comenzaron a practicar la distinción ilustrada entre “lo público” y “lo privado”, participaron de la afición moderna de coleccionar objetos “raros” y escogieron seguir las tendencias de moda en otros núcleos urbanos occidentales. Así, las elecciones materiales de las élites

reafirmaban su pertenencia a una clase dominante cosmopolita y cada vez más global.

Este libro sitúa firmemente a los consumidores venezolanos de finales de la colonia dentro de redes más amplias de demanda e intercambio, en lugar de los actores pasivos a los que se les ha relegado en estudios anteriores sobre este periodo de tiempo.

El haber sido galardonado con el segundo lugar del premio nacional de historia Rafael María Baralt demuestra también que entre los historiadores venezolanos se reconoce la necesidad de cuestionar hipótesis negativas sobre la colonia, y examinar temas más allá de la república. A pesar de su reducido tiraje, se trata de un trabajo excepcional de recomendada lectura, no solo para historiadores del periodo colonial en Hispanoamérica, sino para todo investigador interesado por el consumo el sur global.

BIBLIOGRAFÍA

- Bunker, Steven (2012). *Creating Mexican Consumer Culture in the Age of Porfirio Díaz*. New Mexico, EE.UU: University of New Mexico Press. Disponible en: <http://ebookcentral.proquest.com/lib/warw/detail.action?docID=1104413>
- Elena, Eduardo. (2011). *Dignifying Argentina: Peronism, Citizenship, and Mass Consumption*. Pittsburgh, EE.UU: University of Pittsburgh Press. Disponible en: <http://ebookcentral.proquest.com/lib/warw/detail.action?docID=2039268>
- Lévi-Strauss, Claude. (2013). *Introduction à l'œuvre de Marcel Mauss*. En *Sociologie et anthropologie* (13th ed., p. IX–LII). París, Francia: Presses Universitaires de France; Cairn.info.
- Mauss, Marcel. (2013). *Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques*. En *Sociologie et anthropologie* (13th ed., pp. 143–153). París, Francia: Presses Universitaires de France; Cairn.info.
- McKendrick, Neil; Brewer, John, y Plumb, John (1982). *The Birth of a Consumer Society: Commercialization of Eighteenth Century England*. Londres, Reino Unido: Europa Publications Ltd.

- Milanesio, Natalia. (2013). *Workers Go Shopping in Argentina: The Rise of Popular Consumer Culture*. New Mexico, EE. UU.: University of New Mexico Press.
- Moreno, Julio (2003). *Yankee Don't Go Home!: Mexican Nationalism, American Business Culture, and the Shaping of Modern Mexico, 1920-1950*. Carolina del Norte, EE. UU.: University of North Carolina Press.
- Sinclair, John, y Pertierra, Ana Cristina (2012). *Understanding Consumer Culture in Latin America: An Introduction*. En John, Sinclair y Ana Cristina, Pertierra (Eds.), *Consumer Culture in Latin America* (pp. 1–13). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9781137116864_1