



Asociación Española
de
Historia Económica

Investigaciones de Historia Económica - Economic History Research

www.elsevier.es/ihe



Reseñas

Andrea Lluch (Ed.). Las manos visibles del mercado. Intermediarios y consumidores en la Argentina. Rosario-La Pampa, Prohistoria Ediciones-Universidad Nacional de La Pampa, 2015, 248 págs., ISBN: 978-987-3864-08-7.

El libro, editado por Andrea Lluch, cuenta con la contribución de un numeroso grupo de historiadores económicos argentinos, quienes han centrado parte de sus investigaciones en el estudio de la intermediación y del consumo de diferentes productos en Argentina entre mediados del siglo XIX e inicios del siglo XXI. Los aportes reunidos en el tomo, parten de la premisa de que en América Latina la atención se ha focalizado tradicionalmente en el rol del mercado externo, más que en el del mercado doméstico, y en la esfera de la producción más que en la intermediación y el consumo. En efecto, como demuestran la mayor parte de los capítulos, estas categorías, generalmente estudiadas por separado en la teoría, se han complementado en la experiencia histórica.

Compuesta por nueve capítulos, la obra se inserta dentro de los esfuerzos historiográficos internacionales iniciados en la década de 1990, por combinar los factores económico-empresariales y tecnológicos del *mass marketing* y trabajar sobre los aspectos políticos y culturales del consumo. En este sentido, los diferentes estudios reunidos utilizan distintas fuentes —estadísticas de comercialización interna y externa, archivos de empresas, protocolos notariales, revistas o publicaciones especializadas en un bien, anuncios publicitarios en la prensa y guías provinciales, libros contables, memorias de intendencias, artículos de prensa, informes ministeriales, actas y memorias de firmas, censos agropecuarios, etc.—, para ilustrar un panorama por demás dinámico.

Los primeros tres capítulos apuntan a desentrañar el proceso de comercialización de artículos de consumo como la harina de trigo, el azúcar y la leche especialmente desde mediados del siglo XIX, hasta principios de la centuria siguiente. Allí se analizan los obstáculos, entre otros, logísticos (transporte, almacenaje), tecnológicos y crediticios (liquidez) para ampliar la llegada de esos bienes a mercados mayores o distantes. Asimismo, se muestra cuáles fueron las estrategias para lograrlo. En todos los casos los autores llegan a la conclusión de la necesidad de la intermediación, progresivamente más compleja, aunque menos en el caso de la leche, como nexo entre los productores y los consumidores. El estudio de Juan Martirén sobre las cadenas de comercialización de harina de trigo en la provincia de Santa Fe prueba que los consignatarios —que concentraron casi la totalidad de las operaciones en detrimento de las ventas directas— fueron beneficiosos particularmente desde 1880 por el manejo de información actualizada, el *matching*, el almacenaje, la provisión de liquidez y la garantía. El capítulo de Daniel Moyano concluye en que las trabas a la comercialización masiva del azúcar tucumano en el Litoral se vencieron a partir de la última década decimonónica gracias a los intermediarios, muchos de ellos procedentes de Rosario, Córdoba y Buenos Aires, los que

adicionalmente contribuyeron a ordenar el comercio evitando sobreofertas y su consiguiente desplome de precios. Por su parte, el capítulo de Fernando Gómez e Ignacio Zubizarreta acerca del comercio de leche en la ciudad de Buenos Aires y su *hinterland*, revela que el proceso se sofisticó a finales del siglo XIX, en parte por la tendencia al higienismo, la valoración social del producto y la regulación estatal, pero también por el rol de las grandes firmas comercializadoras, aunque los autores muestran que no desaparecieron en este caso las antiguas formas de elaboración y distribución de la leche.

El cuarto capítulo, a cargo de Andrea Lluch, aborda un bien de consumo muy trabajado por la historiografía, las carnes, pero casi exclusivamente desde las exportaciones. A diferencia de esta tradición, la autora se concentra en la multiplicidad de actores existentes en el proceso de distribución de las carnes para el mercado doméstico, así como en las políticas de regulación estatal, en las primeras décadas del siglo XX. Como en los capítulos ya reseñados, esta investigación aporta evidencia empírica que destaca el rol de la intermediación más allá del mero intercambio de bienes y las implicancias que tuvo en términos de financiación, coordinación de tareas y manejo de la información.

Ya en el marco de un período que podría caracterizarse como de crecimiento hacia adentro, es decir, más centrado en el mercado interno que en las exportaciones como factor de crecimiento, el libro presenta dos capítulos. Uno de ellos, escrito por Evangelina Tumini, trabaja sobre las políticas económicas, y la intermediación en el comercio de cereales entre 1930 y 1955. La autora señala que aquélla sobrevivió pese a que desde el estado se tomaron medidas para favorecer la venta directa; de hecho, los intermediarios fueron actores claves debido a que evitaron el aumento de los costos de transacción, dadas las condiciones de oferta y de demanda del sector. Por su parte, Patricia Olgún, quien aborda la cadena de intermediación en el vino entre 1943 y 1970, muestra que la extensión ya sea de las zonas productivas, así como del consumo del producto final se debió al papel de los fraccionadores, distribuidores o comerciantes, quienes se integraron en una cadena en la que cada eslabón agregó valor.

El estudio sobre bienes específicos culmina con un capítulo de Glenda Miralles sobre la comercialización de la fruta del Alto Valle del río Negro entre fines del siglo XX y comienzos de la centuria siguiente. En este estudio la autora revela el rol de los empacadores-comercializadores en el control de la oferta, tanto para el mercado externo como para el doméstico, y su consecuente mayor poder de negociación.

Finalmente, cierran la obra dos capítulos distintos a los hasta aquí presentados. Se trata de dos trabajos centrados en el Territorio Nacional de La Pampa en la primera mitad del siglo XX. Por un lado, Leonardo Ledesma aborda la historia del consumo de bienes masivos como la carne, la leche y la harina de trigo. Este estudio complementa de alguna forma a los tres primeros capítulos, ya

que analiza la relevancia del consumidor como actor no pasivo. Por el otro, Federico Martocci analiza la circulación de saberes agroeconómicos en el espacio de la pampa seca y su relevancia entre los chacareros, engranaje de la cadena de intermediación.

En síntesis, cada mosaico de esta obra se integra para persuadirnos sobre la existencia de un mercado que a todas luces no es impersonal. Los trabajos reunidos en este libro han aportado evidencia empírica que indica que, a diferencia de lo que planteara

el memorable filósofo escocés Adam Smith, el mercado de bienes de consumo en la Argentina del último siglo y medio ha tenido manos, ciertamente visibles.

Agustina Rayes
IGEHCs-CONICET, Argentina

<https://doi.org/10.1016/j.ihe.2016.07.006>
1698-6989/

José-Miguel Marinas y Cristina Santamarina. El bazar americano en las exposiciones universales. Madrid, Biblioteca Nueva, 2016, 336 págs., ISBN: 978-8416647163.

El carácter anticipatorio y prospectivo de las exposiciones universales, además de su voluntad de difusión mundial, las convierten *a priori* en una eficaz herramienta de análisis socioeconómico. Bajo esa premisa aparecen como protagonistas de *El bazar americano en las exposiciones universales*, trabajo de investigación hecho libro en el que José-Miguel Marinas y Cristina Santamarina detallan cómo 6 de dichas exposiciones coadyuvaron a crear y moldear una sociedad de consumo que pasaría de ensalzar la calidad y posibilidades de la oferta a segmentar y dar forma a la demanda.

Dichas exposiciones son las de Nueva York (1853), Filadelfia (1876), Chicago (1893), otra vez Nueva York (1939), Bruselas (1958) y Osaka (1970), cada una de las cuales ocupa uno de los capítulos del libro, más una introducción y una conclusión en las que se concentra lo más destacable del mismo.

Vaya por delante que el análisis es pertinente, exhibe una documentación prolija, goza de riqueza conceptual y utiliza una lógica impecable, con inferencias analógicas firmes y bien trabadas. Asimismo, las citas son oportunas y aparecen solo cuando el texto parece reclamarlas; valga como ejemplo —y epítome— la de Valentín Voloshinov (p. 326), cuya presencia está tan justificada que enriquece el texto y el texto enriquece la cita, por lo demás brillante.

Da la sensación, por otra parte, que la tesis que el libro presenta (que las exposiciones universales sirven para impulsar la sociedad de consumo y legitimar su violencia interna) es dada por buena antes del análisis de las exposiciones, y que ningún resultado de este análisis habría cambiado o matizado dicha tesis (por lo demás, plausible y bien explicada), lo que lleva inmediatamente a preguntarse si la propia explicación de las exposiciones no está demasiado sesgada por la posición teórica de los autores. Podrá argumentarse que el trabajo no pretende extraer conclusiones del estudio de la realidad, sino poner ejemplos de la fortaleza de la propia teoría, pero de la misma manera puede esgrimirse que la confrontación de las hipótesis con la evidencia empírica no haría más que reforzar las ulteriores conclusiones, pues de otra manera son los hechos los que se hacen encajar en un aparataje conceptual preconcebido e inmutable.

Como ya se ha apuntado, es en la conclusión donde se concentran las claves que justifican el trabajo anterior, y que giran en torno a la voluntad estadounidense de convertir el mundo en un gran mercado donde dar salida a su potente capacidad productiva y cómo esa voluntad se lleva a cabo mediante, en último extremo, la «transformación social de todo bien social, material o cultural en mercancía» y la configuración de todo individuo en demandante. De nuevo, dicha conclusión inductiva es plausible, pero su articulación con la parte analítica del libro (el desarrollo de las exposiciones) adolece de cierta brusquedad: mientras esta es sobre todo descriptiva, aquella es de naturaleza abstracta.

El problema del libro, no obstante, se encuentra en su forma (aunque es tan serio que afecta al contenido). A juzgar por el resultado, la edición es cuando menos mejorable. Que haya enunciados repetidos en páginas distintas (134-136) es lo menos grave. También que alguna fotografía no se corresponda con el pie (p. 137). A menudo aparece información ya mencionada como si fuera la primera vez que se cita. Se confunde *lockout* con «*look out*» (p. 167) y la nota de la página 237 es un llamamiento a la presencia de un corrector. Con todo, lo que resulta chocante en un trabajo académico de este nivel es que la mayoría de las notas al pie estén fusiladas, tanto de Wikipedia como de otras páginas, y que incluso en el propio cuerpo del texto —y también sin la menor indicación de cita— ocurra lo mismo; al menos cuando se habla del Five Points (pp. 36-37), la máquina de escribir Remington (p. 155) o Edison y Tesla (pp. 154-155). En todos los casos se trata de contenido meramente descriptivo, pero haberlo evitado con una edición más pulcra e integral habría prevenido la fragmentación que el texto presenta y que afecta al discurso.

Si —como dice McLuhan, también citado en *El bazar americano*— el medio es un mensaje, el mensaje ha quedado menoscabado por el medio. Y si, como se proclama al final del libro, este es una metamercuría, se trata de una metamercuría a la que ciertos defectos formales impiden presentar un contenido redondo.

Sergio C. Yañez
Universidad San Pablo CEU, Madrid, España

<https://doi.org/10.1016/j.ihe.2016.07.008>
1698-6989/