

# Del lujo o la melancolía. Antioquia siglos XIX y XX\*

**Federico García Barrientos\*\***

Recibido: 23 de enero de 2015

Enviado a pares: 30 de enero de 2015

Aprobado por pares: 12 de marzo de 2015

Aprobado por comité editorial: 21 de abril de 2015

## RESUMEN

Es abundante la bibliografía de estudios regionales de Antioquia que hacen referencia al auge y desarrollo de su comercio en el siglo XIX y de su industrialización en las tres primeras décadas del siglo XX. Se trata de un amplio abanico de investigaciones referido a la cosa comercial, industrial y empresarial. Parece un asunto ago-

tado. Arriesgaremos a mirar un tema poco tratado: el lujo y el confort; ello desde la filosofía fenomenológica para los años en mención. Lo primero que hay que decir es que el lujo trata de un asunto moral y material, el cual presentamos como una *tragedia melancólica* en dos actos.

**Palabras clave:** lujo, consumo, moral, economía, melancolía.

\* Artículo resultado de la investigación titulada *Lujo, confort y consumo. Medellín 1900-1930 (La revolución burguesa en Antioquia)*.

\*\* Magíster en Gerencia para el Desarrollo y doctor en filosofía. Profesor titular Universidad Pontificia Bolivariana (Escuela de Ciencias Sociales, Facultad de Publicidad, sede Medellín). Correo electrónico: [federico.garcia@upb.edu.co](mailto:federico.garcia@upb.edu.co)

## **From Luxury to Melancholy Antioquia Centuries XIX and XX**

### **ABSTRACT**

The bibliography of regional studies referring to the boom and development of the trade in XIX century and its industrialization in the first three decades of XX century is abundant. There are a wide variety of researches referred to commerce, industry, and business. It seems to be an exhausted issue. We will risk to take a look at a topic which has not been largely

mentioned: luxury and comfort; from the phenomenological philosophy in the years already mentioned. The first thing to say is that luxury refers to a moral and material issue, which is presented as a melancholic tragedy in two acts.

**Key words:** luxury, consumption, moral, economy, melancholy.

## Introducción

Lo primero que hay que decir es que el lujo trata en Antioquia de un asunto moral y material. Una contradicción a todas luces para los apologistas del regionalismo antioqueño, un olvido de los historiadores locales. Puestos en este punto nos asomaremos al lujo y al confort desde la filosofía, en especial por los aportes de la fenomenología (Sloterdijk, 2003, p. 461)<sup>1</sup>, desde donde se entenderá el lujo como una *tragedia melancólica* en dos actos, entendiendo la fenomenología como la capacidad de poner en escena lo que está oculto, de desplegar lo que está plegado, de hacer explícito lo que está implícito en un horizonte histórico, que es nuestro caso. Se trata de la salida “de objetos a escena” desde un antes a un ahora, para informarnos de la existencia de ese objeto, que para nuestros propósitos hemos llamado lujo.

## Primer acto: el lujo es una lepra

### *El siglo XIX (1860-1900)*

Desde mediados del siglo XIX la Iglesia y el Partido Conservador antioqueño se erigen como el bastión moral de la república y, por supuesto, de los antioqueños. Ello se acentúa dramáticamente en el contexto del gobierno liberal de los radicales y su Constitución de 1863. La Iglesia y el Partido Conservador se hacen al poder del Estado de Antioquia gracias a que pudieron imponer su propia reforma constitucional después de derrotar a los liberales antioqueños en las batallas de *Yarumal* y *El Cascajo*, y se nombra, por dos períodos consecutivos, como presidente del Estado, a Pedro Justo Berrío (Marín Cadavid, 2012, <http://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/red/article/viewFile/5213/4549>> Art. 101)<sup>2</sup>.

La moral imperante hasta finalizar el siglo XIX será la que tracen la alianza teológica-política de la Iglesia y el Partido Conservador (Meier, 2012, <http://www.latorredelvirrey.es/numero-6.php>)<sup>3</sup> en el contexto de las confrontaciones militares (1860, 1877, 1885 y 1899) y la expansión territorial de las distintas colonizaciones.

<sup>1</sup> “Se trata del ruido típico que acompaña a los regalos que hace la fenomenología, pues regalar fenomenológicamente significa ofrecer de modo completamente nuevo algo que no es nuevo en absoluto”.

<sup>2</sup> La religión católica, apostólica, romana, única que hoy se profesa públicamente en el Estado, llena las condiciones exigidas en el inciso 5.º del artículo 5.º de la Constitución de la República y satisface las exigencias de la subsistencia y seguridad del Estado, y su libre ejercicio será cumplidamente asegurado.

<sup>3</sup> “Autoridad, revelación y obediencia son determinaciones decisivas de la sustancia de la teología política, independientes de la particular actualización moderna. La teología política, entendida como una teoría política o una doctrina política que asegura estar basada en la fe de la revelación divina (...). La verdad en la que se apoya la teología política demuestra su poder para apoderarse de todo e impregnarlo todo, forzándonos precisamente a tomar una decisión, enfrentándonos a una disyuntiva que no podemos eludir. Una razón por la que la teología política es un concepto controvertido es que los mismos teólogos políticos prefieren usarla como arma en sus batallas”.

Ello afianzará política y económicamente a Antioquia con respecto a Colombia, lo que permitirá a las élites locales establecer las reglas del juego en cuanto y tanto han de ser las costumbres de la llamada *antioqueñidad* a partir de un *nosotros* excluyente que solo beneficiará a las élites liberales y conservadoras (El Deber, 1876, p. 19)<sup>4</sup> (de ese *nosotros* excluyente finalizando el siglo XIX brotará el exabrupto de la llamada *Raza antioqueña* que no deja de ser un asunto meramente ideológico con beneficios para unos pocos).

En medio de esas dinámicas territoriales y políticas, más complejas e intrincadas de lo que podemos señalar aquí, sale robustecida y fortalecida la economía antioqueña; una economía que viene siendo el aumento paulatino de la riqueza material de Antioquia, riqueza que necesariamente ha de impactar de uno u otro modo a la población en su conjunto; una economía y un mercado en crecimiento sostenido hasta cruzar la barrera del siglo XX a las puertas de la industrialización (López Díez, 2012:159)<sup>5</sup>. Se puede decir que el propósito de las élites y en especial de la teología-política era el enriquecimiento de Antioquia en general y el de ellas en particular, cosa que no debía molestar a nadie, o no debiera molestar a nadie, mucho menos a los antioqueños. Es sabido el alarde histórico que de ello se ha hecho (Melo, 1991, p. 115)<sup>6</sup>.

Se puede afirmar que la riqueza material “incomoda” a la moral, esto es, lo que las élites entendían por moral para “el pueblo”. Digamos que el inconveniente de la riqueza material no estaba tanto en ella, en su posesión, sino en el impacto que produjo en las “costumbres del pueblo”; ¿cómo conciliar entonces semejante aporía? Es fácil afirmar que se trataba de un asunto de hipócritas y doble moral. Esa es una salida apresurada. No se puede sostener que la moral conservadora o la moral que predicaban los conservadores sea por ellos entendida como una

<sup>4</sup> “Antioquia Federalista (Columna). Entre nosotros ya no se discute la conveniencia o la inconveniencia de la federación, porque todos, tanto conservadores y liberales, estamos convencidos de nuestra situación topográfica, nuestras costumbres y nuestros intereses de toda clase (...) Antioquia debe ser federalista porque esta forma es la más conveniente a su modo especial de ser, y por interés de partido (...) Por más que blasonemos que el Estado de Antioquia es una soberanía llena de fuerza vital en todo sentido (...) El verdadero interés de todo conservador antioqueño está en que la república sea gobernada por un partido que dé garantías de libertad en el orden, y éste no es otro que el conservador. De esa manera Antioquia tendrá verdadera seguridad y libertad y verdadera paz” (Firma Lisandro Restrepo)

<sup>5</sup> “A partir del siglo XIX, y con mayor intensidad en su segunda mitad, de nuevo aquel sector (minería del oro) fue clave en la consolidación de un capitalismo industrial resultado de la tecnología minera, que encontró su continuidad histórica en la industria manufacturera del siglo XX. Esa continuidad dio, eventualmente, para alimentar el mito sobre un empresario acendrado que se desarrolló en la sociedad antioqueña o, para usar un hermoso término de la minería, que se fue acrisolando en el pueblo antioqueño por su natural proclividad al comercio, “tierra de vulgares fenicios” como lo diría con espíritu crítico el filósofo de Otraparte (Envigado), Fernando González”.

<sup>6</sup> “Después de un brusco inicio (en el periodo de la Gran Colombia), la década de los años 30 fue en general de optimismo y calma. Los funcionarios (...) veían adelante un mundo de progreso, apoyado por las cualidades del trabajo y el afán de riqueza (...) que ya manifestaban los rasgos del carácter que los distinguirían en el siglo siguiente”.

fachada con unos propósitos de doble fondo, una especie de testaferrato moral para la *conciencia* mientras los caudales se acrecentaban.

El hecho es que el crecimiento de la riqueza material de las élites cuestionó en la segunda mitad del siglo XIX el discurso de su moral, es decir, la moral de la teología-política como se entendía en Antioquia. No se puede decir que fue un propósito consciente; más bien fue un efecto no deseado, un daño colateral que lograron controlar hasta principios del siglo XX. En un primer momento, gracias al *Syllabus* (Ganarse el Cielo Defendiendo la Religión, 2005, p. 108)<sup>7</sup>, luego gracias al *relevo* moral que tomaría en el año de 1887 el *Concordato* que entregó la república al clero (Ortiz Mesa, 2010, p. 139)<sup>8</sup>; en Antioquia la situación sería dramática debido a la inferencia de la Iglesia que obtuvo el control total de la educación (Melo, 1991, p. 129)<sup>9</sup>.

La creciente riqueza material de Antioquia en la segunda mitad del XIX cuestionó la moral teológico-política que puso en evidencia su tragedia melancólica que tendrá su fin sangriento y definitivo en la década del ochenta del siglo XX cuando aparece en la escena la economía del narcotráfico. Los fenómenos culturales son lentos y tardan en desplegarse en la escena de la historia. Se puede hablar de una tragedia en tres actos; aquí interesan el primero y el segundo, la segunda mitad del siglo XIX, y las tres primeras décadas del siglo XX.

Entendemos como *tragedia melancólica* la disolución paulatina de la moral conservadora en una Antioquia históricamente arraigada en las formas propias del discurso de las élites teológico-políticas, discurso que, a su vez, como si se tratara del destino mesiánico de un “pueblo”, se ve abocado en pos de la riqueza material entendida como la expresión de “progreso y orgullo” de los

<sup>7</sup> La Constitución de Rionegro y el *Syllabus* como dos símbolos de nación y dos banderas de guerra. “La Encíclica *Quanta Cura* fue como una declaración de guerra a las ideas, libertades e instituciones modernas y el *Syllabus* especificó sus principales “errores”. Varios teólogos la calificaron de inefable y la propusieron como tema de fe a ratificar en el próximo Concilio: Cuando el 8 de diciembre se publicaron la Encíclica *Quanta Cura* y el *Syllabus*, el partido ultramontano se asignó un triunfo. En el campo progresista cundieron la consternación y el desaliento”.

<sup>8</sup> “Con todo lo anterior, viendo en perspectiva lo ocurrido entre 1877 y 1880, la Iglesia salió fortalecida y unificada, pues el apoyo de los conservadores y los liberales independientes, reconquistó la posición que había perdido en la época del federalismo. Obispos y sacerdotes esperaron nuevas reformas que les dieran a la Iglesia una base legal para desempeñar su tradicional papel en la sociedad y esto fue posible en 1880 (...) más tarde con la firma del Concordato entre Colombia y el Vaticano en 1887, lo cual se hizo con el respaldo absoluto de la Regeneración conservadora”.

<sup>9</sup> “La actitud global de los grupos dirigentes antioqueños una vez iniciada la Regeneración consistió pues en apoyar el régimen político nacional, pero manteniendo distancia con respecto a las políticas económicas del gobierno central (...) Asimismo, los liberales se opusieron al absorbente centralismo político del nuevo régimen, restablecimiento de la pena de muerte, a las limitaciones de las libertades, a los privilegios dados por el Estado a la Iglesia y al poder de la potestad eclesiástica sobre la civil, a la restricciones al sufragio y la prensa, a los impuestos altos y numerosos, al traslado de las rentas departamentales al fisco nacional, al incremento exagerado del Ejército y a la educación confesional”.

antioqueños (Medellín en el 5.º Cincuentenario de su Fundación, 1925, p. 2)<sup>10</sup>; “progreso” siempre mirando hacia “adelante”, la “meca de la antioqueñidad”; ese ir en busca del progreso material inevitablemente aleja de lo mejor, de lo que irremediablemente se encuentra en el pasado (Sloterdijk, 2006, pp. 511-512)<sup>11</sup>. Así que moral y progreso andan en direcciones equivocadas.

La síntesis de esa tragedia se expresa en la aparición histórica del lujo (Savvedra, 2010, p. 82)<sup>12</sup> y su correlativo confort (De Vries, 2009, p. 35)<sup>13</sup>. ¿Cómo conciliar semejante hecho histórico? ¿El Edén perdido? Por supuesto que ello no se concilia desde la ausencia de la riqueza material, lo que sería una herejía de cara al “progreso”; el discurso se “concilia” desde la moral o, más bien, desde un moralismo retórico que pretendía ser la “voz de la conciencia” de los pobres. Ese tipo de discurso fue posible en Antioquia gracias a que las élites de la teología-política ejercieron un poder férreo en todas las instituciones.

**Escorzo.** En los textos de historia es frecuente que se afirme que la segunda mitad del siglo XIX antioqueño fue de una paz más o menos consensuada que permitió al Estado soberano de Antioquia ser boyante económicamente. Algo de cierto hay en semejante afirmación si nos atenemos a los desastres de las guerras, ellas estuvieron ausentes físicamente de los espacios antioqueños, pero también es cierto que el miedo no se puede reducir al olor de la sangre y la pólvora. Hay otros miedos menos visibles pero no menos reales, los cuales fueron posibles gracias a un control férreo de las instituciones que no permitieron por parte de las élites ningún tipo de disenso moral e ideológico, lo que les

<sup>10</sup> “Así será forzosamente (el futuro de Medellín) porque el desarrollo y **progreso material** de este valle privilegiado podrá marchar a pasos más o menos rápidos, pero en esa epopeya de su desarrollo nada ni nadie serán capaces de contenerlo”. (Negrillas mías).

<sup>11</sup> “Puede definirse el conservadurismo como la forma política de la melancolía (...) Es conservador quien se niega a dejar de creer que lo bueno y lo noble estén ligados al lugar y a la irrepetibilidad; para lo vulgar bastan, por el contrario, el principio de la mayoría y la repetición mecánica. Una reserva así obliga a quienes no tienen nada que ganar en la historia maníaca de lo nuevo (...) Suponer lo mejor en el futuro: ¿eso no significa ya buscar en la dirección equivocada? (...) Según su convicción, el progreso nunca es más que la aceleración de la huida ante lo bueno, que, inalcanzable, queda tras nosotros”.

<sup>12</sup> Juan Sampere y Guarinos lo decía en su Historia de lujo con una gran plasticidad: “En toda mi obra supongo que el lujo [...] es malo [...] Pero demuestro que este vicio resulta inevitable de las sociedades civiles en donde vivimos [...] Y que en el estado actual no debe tratarse tanto de destruirlo, cuanto de hacerlo menos dañoso” (...) Sampere no afirma, como Mandeville, que el lujo sea el motor de la economía –argumento que aceptó en parte Montesquieu— pero sí lo contrario, que la economía dineraria produce lujo que crea riqueza: “El lujo, la industria y el comercio son tan correlativos, que apenas puede encontrarse lo uno sin lo otro”. (Ortografía del original).

<sup>13</sup> “Por confort, Scitovsky se refiere al consumo que reduce el dolor o la incomodidad. Esto incluye, por supuesto, la satisfacción de necesidades básicas, pero no se agota allí, pues hay una multitud de formas en las que se puede estar (todavía más) confortable. El consumo de placer se relaciona con la excitación y la estimulación. El placer y el confort puede experimentarse juntos en un único caso de consumo”.

facilitó controlar en un puño cerrado las almas del rebaño y ejercer un verdadero pastoreo del miedo y la zozobra (Foucault, 2006:181)<sup>14</sup>. Fin del escorzo.

Un discurso por parte de las élites que se da el lujo de poner en entredicho la honra ajena estableciendo diferencias morales gracias al crecimiento de la riqueza material, moral insalvable entre ricos y pobres para la mayoría de la población que arriesga a ser criminal. Citemos en extenso para hacernos a una idea clara de lo que aquí se afirma. Los comentarios sobran:

Vamos hablar de un mal grave y profundo de que es víctima la ciudad de Medellín, y que empieza adquirir deplorable extensión en todo el Estado. Hablamos del lujo -no del que gastan las personas acomodadas o las personas ricas, sino del que ostentan las clases pobres, aquellas que viven una vida de labor. Ya otra vez lo hemos dicho —que los ricos gasten es una cosa natural, y acaso esta es una satisfacción de los afanes, fatigas y privaciones a que deben su fortuna. Pero que las familias pobres, la familia del artesano, la familia del obrero, quiera equipararse a las clases acomodadas es una tendencia funesta y alarmante.

Estas familias se crean necesidades que no pueden satisfacer honradamente, y que las fuerzan a sacrificar a la pasión del lujo, que no es más que una de las mil fases de la vanidad, sus recursos presentes y sus esperanzas para el porvenir.

El único medio de adquirir fortuna, después del trabajo, es la economía, y el lujo es el sepulcro de esta virtud (...) es una cosa inexplicable esa tendencia al lujo. Familias hay cuya existencia es un misterio (...) y, sin embargo, las vemos constantemente en el teatro y ostentar un lujo que apenas pueden soportar las clases ricas. ¿De dónde les vienen los medios de satisfacer esta necesidad ficticia? Nadie lo sabe. Esto es tanto más inexplicable, cuanto que vemos de otra parte familias honradas que trabajan infatigablemente y que no gastan sino lo preciso para vivir modestamente (...) Muchas veces tropezamos en la calle con un hombre que nos pide un real para desayunarse a las doce del día, y su familia asiste al teatro y gasta crinolina y otras prendas de vestuario de no pequeño precio (...) esto está en un sentimiento innato en la mujer, que fácilmente se extravía y llega a la más repugnante vanidad —el deseo de agradar.

El lujo es una lepra —es la manifestación física, si así podemos expresarnos, de un vicio, de un extravío del corazón —de una perversión del sentimiento.

Él marca los periodos de decadencia de las sociedades, y no los grados de su adelanto. Cuán alarmante no debe ser en pueblos incipientes, en sociedades donde la civilización está aún en su cuna y donde la cultura no es más que una aspiración ferviente de unos pocos espíritus elevados y generosos... (La Restauración, 1864, pp. 82-83).

Este discurso se mantendrá incólume hasta finales del XIX y principios del siglo XX. El estandarte siempre es el mismo, el lujo como corrupción y peste

<sup>14</sup> Ese juego del gobierno de unos por otros, del gobierno cotidiano, del gobierno pastoral, se concibió durante quince siglos como la ciencia por excelencia, el arte de todas las artes, el saber de todos los saberes (...). En la Iglesia cristiana, por el contrario, veremos que este tema del pastor se autonomiza en cierto modo de los otros y no es simplemente una de las dimensiones o aspectos de la relación fundamental, esencial, y no solo se situará a un costado de todas las demás sino que las envolverá; en un segundo lugar, constituirá un tipo de relaciones que, desde luego, van a institucionalizarse en el pastoreo con leyes, reglas, técnicas y procedimientos propios. Por tanto el pastoreo llegará ser autónomo, englobador y específico".

(La Sociedad, 1873, pp. 33-34)<sup>15</sup>, la decadencia, la podredumbre, la enfermedad y la muerte; se trata, por parte de estos moralistas, de una patología social enfermiza y mortal. ¿Quiénes son los que están en riesgo de contraer la mortal enfermedad del lujo? Los pobres que aspiran a no ser pobres, las clases medias ascendentes que están dispuestos al goce hedonista de los bienes materiales (Sombart, 2009, p. 50)<sup>16</sup>. Palabras más palabras menos se trata de un forcejeo, por llamarlo de algún modo, entre la moral y la materia. La moral que representa la tradición teológico-política y la materia (crematística) de bienes de consumo y lujo en el mercado; forcejeo entre la mirada vertical-metafísica y la mirada horizontal-hedonista ¿qué puede resultar de ello? La moral, como propaganda política, y el consumo, como publicidad chovinista.

Por último, el discurso se dirige exclusivamente contra la mujer como promotora del lujo, por tanto, corruptora del orden moral de la familia y la sociedad en general; su papel no está ligado al mercado, y menos al consumo del lujo; ella está vinculada a la moral de la matrona antioqueña (El Heraldo, 1869, portada)<sup>17</sup>.

## Segundo acto: El lujo y los secuaces de Lucifer

### El siglo XX (1900-1930)

Pasada la cruenta *Guerra de los Mil Días* los negociantes antioqueños que habían alcanzado fortuna especulando en el comercio durante la segunda mitad del siglo XIX (Restrepo Yusti, 1991, p. 267)<sup>18</sup> y sumando a ello la economía del

<sup>15</sup> "El Lujo. (Mariano Ospina Rodríguez). No será fácil hallar materia alguna que haya sido objeto alguno de tantas y tan ardientes declamaciones como el lujo. Moralistas, teólogos, filósofos, políticos y economistas han agotado su elocuencia fulminando **anatemas contra esta peste social**. Al lujo se le ha atribuido la corrupción de las costumbres, la impiedad de las naciones, la ruina de los grandes imperios y de las grandes naciones". (Negrillas mías).

<sup>16</sup> "El lujo personal nace del puro goce de los sentidos. Todo lo que agrada a cualquiera de los cinco sentidos puede ser objeto de una expresión siempre más refinada a través de uso cotidiano. Estas cosas son las que constituyen el lujo. En última instancia. Todo deseo de refinar y aumentar los medios para agradar a nuestros sentidos tiene su base en nuestra vida sexual: el deleite de los sentidos y el erotismo son, en el fondo, una misma cosa. Sin duda, el impulso sexual es casi siempre la causa primera del desarrollo de cualquier tipo de lujo".

<sup>17</sup> "Disciplina (Columna). La sociedad de Medellín y en pos de ella la de toda Antioquia, se descompone a toda prisa. La corrupción empieza a penetrar en todas las clases sociales haciendo su entrada por medio del lujo y la coquetería. Este doble cáncer pervertirá pronto a la mujer antioqueña (...) Jóvenes candorosas (...) iestad alertas! ¡Padres de familia! que tenéis que responder a Dios y a la sociedad de la suerte de vuestra casa- ivedad! Matronas cristianas, celosas de la virtud de vuestras hijas- ivedad! (...) El vicio (se) presenta bajo el oropel del lujo, o bajo la sospechosa afabilidad de la refinada cortesanía; son serpientes que se ocultan bajo las flores. Sacerdotes católicos: A vosotros fue confiada por Dios la guarda del rebaño (...) vigilad, hablad, predicad sin cesar".

<sup>18</sup> "A finales del siglo XIX algunas de estas actividades domésticas empezaron a desplazarse al ámbito de la pequeña fábrica (...) a destacarse la figura del empresario que generalmente había adquirido su riqueza a través del comercio y que empezaba a difundir la lógica diferente a la generada por el capital especulativo comercial que había sido amo y señor de la economía antioqueña".

oro y un intenso mercado de bienes de todo tipo, darían surgimiento a la élite empresarial e industrial del siglo XX (Brew, 2000, pp. 1-2)<sup>19</sup>.

El rico comercio de bienes importados a principios del siglo introdujo en Antioquia y en Medellín las lógicas del lujo (La Palabra, 1910, p. 3)<sup>20</sup>; por su parte, la incipiente industria establecería los parámetros del confort (Palabra del Día, 1909, portada. Industrias)<sup>21</sup>. De ambas lógicas se apropiaron las mujeres de las clases media y alta. Las mujeres con capacidad de consumo vieron en las vitrinas de los almacenes de Medellín como ante sus ojos se desplegaba un rico y creciente comercio de productos importados venidos de ultramar (Medellín en el 5.º Cincuentenario de su Fundación, 1925, p. 73)<sup>22</sup>.

Para que la dialéctica del segundo acto de la *tragedia melancolía* que hemos esbozado aquí sea posible para las tres primeras décadas del siglo XX, se requería de una figura como la de monseñor Manuel José Cayzedo. Vehemente opositor al lujo y al “progreso” entendido como el aumento de la riqueza material de los antioqueños, en ello vemos claramente la tradición antioqueña de la teología-política a lo largo y ancho de la llamada y estresada hegemonía conservadora. El poder teológico-político seguía siendo inmenso, poder duro y hegemónico en materia política y moral, encabezado por el Partido Conservador

<sup>19</sup> “La “élite” empresarial que dirigió la industrialización en el siglo XX surgió en el periodo entre 1820 - 1880, de una clase de hombres humildes y desconocidos. Hasta 1850 ya estaba establecida como clase con dominación económica y política y la absorción de nuevos individuos no cambió su carácter esencial (...) La acumulación de gran parte del capital y la creación del mercado interno pertenecen a la era del café, pero los empresarios fueron producto de la minería (...) A través del activo comercio interno y externo fomentado por el oro, nació un grupo de empresarios antioqueños (...) que hicieron fortuna comprando en la plaza de Jamaica mercancías europeas (...) tenían una ética puritana y fortaleza de ánimo, trabajaban duro, eran frugales y modelo de tipo empresarial”.

<sup>20</sup> El comercio de Antioquia: “Muy acertadamente hace nuestro colega El Sol un análisis entre el Medellín de antes y el de hoy, sobre todo en lo relativo al comercio. Efectivamente ya no vemos aquellas tiendas, donde se vendía desde la onza de mana—cuna de la terapéutica domestica—hasta el corte de jula—apogeo del lujo campesino, pasando alrededor de la otoba (...) a esos tabacos olorosos a cominos, liencillo y queso rancio, **han sucedido almacenes como el Buen tono, donde toda elegancia tiene su asiento y donde las señoras encuentran cuanto en otro tiempo habían de encargar al exterior.** Es, pues, consolador ver que el comercio de Medellín se descoloniza y que sacude el marasmo de la patria boba, para hacer acto de presencia en las justas de progreso”. (Negrillas mías).

<sup>21</sup> “Gracias a los esfuerzos de unos pocos capitalistas que saben cómo ha de amarse y servir a la patria, tenemos actualmente una fábrica de cervezas, tres de hilados y tejidos y una de fósforos y bujías, como empresas grandes, tiene la vida asegurada (...). Más en pequeño (...) hay otras fábricas como la de pastas alimenticias (...) taller de fundición (...) dos locerías, una vidriera, dos o tres fábricas de bebidas gaseosas, muchas trilladoras, estufas, ingenios de caña, centro de energía eléctrica (...) pero todavía falta mucho”.

<sup>22</sup> “Corroboro este halagador desarrollo comercial el siguiente dato sobre importación de mercancías extranjeras al Municipio: en 1915 se trajeron 131.603 fardos, con peso bruto de 9'026.538 kilogramos, cuyo impuesto municipal de consumo valió \$ 42.263.77; en 1923 vinieron 35'1.92.3bultos, con peso de 21'667.781 kilogramos, que produjeron al Distrito \$ 92.760.99; en 1924 las importaciones fueron de 427.656 fardos, con peso de 26'235.294 que produjeron por impuesto municipal \$ 154.523. 10, destinados, según ley reciente, a gastos de Higiene y Salubridad Municipal. Por lo recaudado por este concepto en el primer semestre de 1925, la importación de mercancías superará en este año a la de la vigencia anterior”.

y ante todo por su más conspicuo ideólogo, en cuanto a los antemas contra el lujo y el confort, monseñor Cayzedo:

Babilonia, ciudad hermosa y de grandes adelanto materiales, pero cuyo nombre significan la confusión que reina siempre entre los secuaces de Lucifer, los cuales, olvidados del fin para que los creó Dios, viven deslumbrados por el aparato fascinador de las vanidades humanas y los falsos resplandores del progreso material que oscurece el verdaderos bien y pervierte el ánimo con el fuego de la concupiscencia (Excmo. Sr. Dr. Manuel José Cayzedo, 1931, p. 47)<sup>23</sup>.

Las consumidoras más pudientes de Medellín a mediados de la década del veinte se agruparon como lectoras, suscriptoras, escritoras o editoras alrededor de una revista que fomentaba el consumo, el lujo y el confort como nunca se había visto en la ciudad: *Letras y encajes*. Si bien la intención originaria de las promotoras era de corte altruista y caritativo (*Letras y Encajes*, 1926, p. 3)<sup>24</sup> aquello no se sostenía por sí solo. Dado el peso económico y “social” de las editoras, y el de sus familias y allegados en las actividades comerciales, industriales y políticas, fue posible que la revista se mantuviera como proyecto hasta el año de 1959. *Letras y encajes* se sostuvo todos esos años gracias a las numerosas pautas publicitarias del comercio mayorista y minorista de bienes y servicios, a la incipiente industria de comienzo de siglo y a las finanzas en general.

En un primer momento, 1926-1929, la revista fue la gran promotora del comercio de los bienes importados de lujo y de su consumo. La industria se centraba en algunos bienes de no lujo y sí de un confort precario: chocolate, tabaco, telas, etc., de una calidad poco “competitiva” con respecto a los bienes llegados de ultramar (Eastman, 1924, p. 63)<sup>25</sup>. Las cosas cambiarán a partir del Crack de 1929, se cierran las importaciones de los bienes de lujo, se pasa del modelo liberal *leseferiano* a uno de sustitución de importaciones; la industria antioqueña se apropia del mercado de consumidores gracias a la coyuntura económica y a una intensa campaña publicitaria patrioterista y regionalista por el consumo de

<sup>23</sup> La lucha contra la Iglesia, anunciada por Jesucristo. Falsos apóstoles del progreso. Errores modernistas. Triunfo de la Iglesia (Medellín 13 de mayo de 1915).

<sup>24</sup> “*El fin caritativo y bello, por el cual se ha iniciado (la revista), que no ha sido otro que contribuir a la obra grandiosa y necesaria del Pabellón de Maternidad de San Vicente de Paul, será bastante para que los lectores desconfiados se tornen indulgentes, y este pequeño esfuerzo femenino encuentre una acogida amable y entusiasta en nuestra sociedad*”.

<sup>25</sup> “Todos los bienes que se mostraron en dicha exposición fueron clasificados de acuerdo al sector o actividad económica. Los mejores fueron premiados. **En cuanto a los artículos de lujo, calidad o confort, o todos aquellos que pudiesen figurar como tales, la mayoría, por no decir todos, fueron descalificados y los premios declarados desiertos.** Ellos son en lo fundamental: Conserva en frutas, frutas secas y cristalizadas, compotas, jarabes dulces de frutas, aceite de maní, aceite de palma, todos los aceites alimenticios, leche esterilizada, Kumis, quesos de todas las clases, carnes en conserva, jamones, todo tipo de carnes preparadas, perfumería, jabones, lo relacionado con las lanas, pelucas, objetos de oro, objetos de plata repujada”. (Las negrillas son mías).

los bienes de las industrias locales, algo así como que consumir lo local es hacer grande la “raza antioqueña” y la “patria chica” (García Barrientos, 2012, p. 138).

El hecho es que de la mano de *Letras y Encajes* se promociona el lujo para los consumidores en general y para las consumidoras en particular; en ese mismo orden del día estarán presentes los anatemas por parte del conservadurismo de todas las vertientes, no solo de las pastorales de monseñor Manuel José (Excmo. Sr. Dr. Manuel José Cayzedo, 1931, p. 49)<sup>26</sup>, sino de las de sus intelectuales más connotados (Sanín Echeverri, 1995, p. 226)<sup>27</sup>.

El mercado para aquellos años contaba con un rico comercio con todo tipo de negocios que hacían las delicias de las consumidoras (Propaganda Comercial, 1923, p. 53)<sup>28</sup>; muchos de esos negocios, si no todos, aparecen publicitados en las páginas de la revista; se promocionan bienes que van desde el caviar (*Letras y Encajes*, 1928, p. 403)<sup>29</sup> hasta los más costosa marcas de automóviles (*Letras y Encajes*, 1927, contra carátula)<sup>30</sup>. En la revista se destacan dos columnas fijas e irremplazables que promocionan como las que más el consumo de lujo: la de moda en vestuario y la columna de gastronomía (ambas cambian de nombre en más de una ocasión). Quizás sea Tomas Carrasquilla el que mejor describe la atmósfera de consumo y lujo de las compradoras de Medellín por aquel entonces; cite mos en extenso nuevamente:

Las cuatro salen para el comercio. ¡Qué vértigo! ¡Y luego había quien les hiciese la guerra a los públicos regocijos! No dan abasto los muestrarios ni la demandadera de los empleados. En los almacenes de modas y de las mujeres, hormigüea el señorío acaudalado. ¡Qué comentarios, qué consultas, qué vacilaciones! En tal parte exhiben portentos; en cuál están abriendo lo nunca visto. En el salón de las Aceñas acaban de consignar, hace un momento, un pedido, llegado la ante víspera a las Ordoñez de

<sup>26</sup> “De esta confusión de ideas (el crecimiento material), de esta amplitud de criterios y cacareada tolerancia proviene también otro mal cuyas pésimas consecuencias son incalculable: la inmodestia en las modas femeninas, cuadro abominable que se nos hecha continuamente a la vista y contra el cual se indigna todo espíritu morigerado”

<sup>27</sup> “Medellín, ciudad pagana, que adora el lucro y el lujo, y le da limosna a los mismos que redujo a la miseria, creyendo que con ella aplicaba la ira de Dios”.

<sup>28</sup> Medellín cuenta con: 20 Casas Comerciales (Agentes y representantes de casa extranjeras); cuenta con 25 almacenes de Mercancías seca y al por mayor; cuenta con 8 Almacenes de artículos de moda; con 8 Almacenes de artículos para hombre; Cuenta con 3 almacenes de manufactura del país (Batan); cuenta con 3 Almacenes de muebles; cuenta con 7 Almacenes de ferretería, quincallería y maquinaria; cuenta con 9 Almacenes de mercería (Cacharrerías); Cuenta con 5 Almacenes de materiales para zapatería y talabartería; cuenta con 11 agencias de abarrotes, comisiones y negocios varios; cuenta con 6 Almacenes de mercancías varias; cuenta con 10 boticas y farmacias; cuenta con 6 Droguerías; cuenta con 15 Casas de exportadores de café y pieles; cuenta con 4 Joyerías y relojerías; cuenta con 4 librerías y papelerías, cuenta con 4 empresas de Agentes de seguros; cuenta con 6 agencias y compañías de transportes”. (Ortografía del original).

<sup>29</sup> “Copa Tuti-fruti (frutas picadas), Entremeses a la rusa (langosta, langostinos y caviar), Huevos Madrid-nieve (hígado de ganso, trufas y berros) y Arroz a la valenciana (pollo, caracoles, guisantes, alcachofas, anguilas, molusco y almejas).

<sup>30</sup> Cadillac. El automóvil de suprema distinción. El que lo conoce y lo prueba, lo estima y lo prefiere”.

Santoña. Un su abuelo paterno ha cometido la imprudencia de no aplazar su muerte un mes, tan sólo, y nuera y nietas han perdido sus lujos (...) Son ocho trajes, con sus respectivos sombreros (...) ¡Qué trajes! El diablo de su guarda, ese diablo del fausto y la gala, del relumbrón y el perendengue (...) Se ve (la protagonista), se examina entre dos espejos, en todo sentido, en toda posición. Siéntese hermosa. Una ráfaga la extrémese. Aquella blonda negra, con ruedas y serpientes aterciopeladas, sobre un fondo azul fulmineo; aquel nubarrón de tormenta en un cielo electrizado, la trastornan. Y luego ese sombrero como un barco, que lleva guisa de vela, el ala irisada de un ave misteriosa (...) los tres (vestidos), con sus sombreros, valen treinta y nueve mil pesos (...) toma todo (...) Doña Juana paga ahí mismo (...) Siguen de almacén en almacén (...) las señoras ricachonas continúan enredan que más enredan. A doña Juana la domina el frenesí. ¡Ella entre toda esa gente, tosiendo parejo con las millonarias! (...) Tanta belleza acabadas de abrir, las acaban de desclavar. Compra sombrillas y guantes, calzado y polvos, perfumería y peinetas (...) todavía se antoja de unos pañuelos atrozmente valiosos... (Carrasquilla, 2008, p. 581).

### **Conclusiones. Siglo XXI (Tercer acto o de la profesión de adorar a los pobres)**

El vértigo de consumo, moda y lujo que nos describe Carrasquilla incomodaba y sigue incomodando a los dueños del discurso conservador. Moda y lujo por sí mismo desmienten dicha afirmación, o más bien, desmienten el valor absoluto de la nostalgia y la melancolía. La moda y el lujo relativizan el orden pre-establecido. Por eso es mejor anclarse en lo seguro, el pasado; lo nuevo escandaliza y aterroriza; sin importar los ladridos de viejos y nuevos moralistas el confort y el lujo llegaron para quedarse.

A la distancia se puede observar en los textos de historia, novela, cuento, poema o panfletos la exaltación del trabajo y la riqueza lograda en Antioquia en cabeza de sus élites históricas, la cara amable para hacendados o agricultores, mineros, comerciantes e industriales, eso hace parte del folclore regionalista y del orgullo de la “raza antioqueña”. La otra cara de la “raza” es denostar de la misma riqueza lograda en cuanto lujo, confort y consumo para aquellos que lo alcanzan.

El confort, primero, y el lujo, después, fueron posibles, lenta y paulatinamente, para las clases medias de Antioquia y Medellín en la medida que la población se escolarizaba y la ciudad rompía sus fronteras agrarias, gracias a un urbanismo expansivo y en muchos casos fuera de control. Gracias a que los medios de comunicación lograron una mayor cobertura, hubo un mayor impacto en las costumbres tradicionales, que se vieron afectadas por nuevas estéticas, dietéticas y maneras de entender el deseo y los erotismos puestos en escena por el cine, la música y el vestuario. Esos hechos fueron diluyendo las morales agrarias: patriarcado, matriarcado, la Iglesia centro de los dictados comportamentales, etc. Lo que fue posible también con el advenimiento de nuevos goces hedonistas que brindaba el mundo urbano gracias ante todo a la expansión de

los mercados de consumidores de bienes y servicios de confort y lujo, el mismo que golpeaba los prejuicios moralistas de la nueva y neo-conservadora burguesía urbana (Sombart, 2009, p. 93)<sup>31</sup>.

Dichos prejuicios moralistas no han desaparecido. Hoy es imposible tratar el lujo como una *lepra* o un asunto *luciferino*; eso no va con los tiempos modernos; ya no se estilan expresiones del tipo “*que las familias pobres, la familia del artesano, la familia del obrero, quiera equipararse a las clases acomodadas, es una tendencia funesta y alarmante*”. Hoy los moralistas son más retorcidos (El Tiempo, 2014)<sup>32</sup>, incluso más cuando se encuentran en el espectro de la izquierda; son aquellos que *hacen profesión de adorar a los pobres* (Bruckner, 2001, p. 191)<sup>33</sup>. Con los nuevos moralistas la Iglesia puede muy bien permanecer en las sombras con sus viejos anatemas.

Hoy la crítica al lujo desde las élites para las clases medias y pobres no es tanto su querer ser como las clases acomodadas; a ellos se les señala su *mal gusto* (Simmel, 2011, p. 69)<sup>34</sup>.

*Ese mal gusto* como crítica del lujo se personificó a finales del siglo XX y principios del XXI en los mafiosos de la economía del narcotráfico. Ante todo se hizo explícito el consumo conspicuo. El narcotráfico y su consumo de lujo llegaron acompañados de una “nueva clase social” o de un “reacomodo” de la vieja burguesía. Así se presentaron nuevos fenómenos ligados al consumo y el lujo: exhibicionismo de facinerosos y “valoración” de la mujer como objeto de lujo comercial. La mafia introdujo nuevas prácticas religiosas y nuevos parámetros estéticos y dietéticos. Los nuevos ricos y propietario como dinamizadores del

<sup>31</sup> “Mucho se ha escrito sobre el lujo, y mucho se ha teorizado sobre la importancia del mercado para la industria capitalista; pero nada se ha dicho sobre las relaciones de lujo y mercado (...) una y otra vez, en efecto, el problema del lujo se ha estudiado con el fervor ético del buen burgués ahorrador, siempre con un enfoque moralista”.

<sup>32</sup> “Si algo hay que decir es que el Cristo original de los pobres y de los mansos era traicionado por los mercaderes en el propio templo”. (William Ospina).

<sup>33</sup> “Desconfiemos de los carroñeros de la desgracia, que se irritan con nuestra prosperidad pero que, al primer golpe duro, corren a la cabecera de nuestra cama y se deleitan con nuestro infortunio. Desconfiemos de todos aquellos que hacen profesión de adorar a los pobres, los perdedores y los excluidos. En su solicitud se oculta una especie de desprecio disfrazado, una manera de reducir a los miserables a su angustia, de no considerarlos nunca como sus iguales. Y entonces bajo la máscara de la caridad, triunfa el resentimiento: amor por la desgracia, odio por los hombres. Solo se les perdona la vida si sufren”. En: [http://www.eltiempo.com/entretenimiento/libros/ARTICULO-WEB\\_NEW\\_NOTA\\_INTE\\_RIOR-13202353.html](http://www.eltiempo.com/entretenimiento/libros/ARTICULO-WEB_NEW_NOTA_INTE_RIOR-13202353.html)

<sup>34</sup> “Toda capa social, que no esté demasiado desfavorecida, cuida de que sus miembros dediquen un mínimo de dinero a su indumentaria; fija el límite de lo “decente”, más allá de lo cual se deja pertenecer a la clase social. Pero también fija un límite en el otro extremo, acaso no con la misma determinación y conciencia: ciertos lujos o extravagancias, ciertas modernidades podrán considerarse excesivas en determinadas clases y quienes las practican podrá ser tratado en ocasiones como si dejara pertenecer a su clase. Así pues, el grupo no permite la expansión libre del individuo por esa otra vertiente, sino que pone al gusto subjetivo un límite objetivo: el límite exigido por las condiciones de vida supra-individuales del grupo”.

consumo y el mercado se legitimaron como otra burguesía más, con un “nuevo proyecto” de lujo que aún está por ser comprendido a cabalidad.

## Referencias bibliográficas

Brew, R. (2000). *El desarrollo económico de Antioquia desde la Independencia hasta 1920*, 2.<sup>a</sup> ed. Medellín: Universidad de Antioquia.

Bruckner, P. (2001). *La euforia perpetua (sobre el deber de ser feliz)*. Barcelona: Tusquets.

Carrasquilla, T. (2008). *Obras completas*. Vol. 2. Grandeza. Medellín: Universidad de Antioquia.

De Vries, J. (2009). *La revolución industrial*. Barcelona: Crítica.

Eastman, T. (1924). *Exposición de Antioquia, industrial y agropecuaria*. Medellín: De Bedout.

El Deber. (1876). Antioquia federalista. *El Deber*, 19.

El Heraldo. (1869). Disciplina. *El Heraldo*, portada.

Eltiempo.com. (2014). *La génesis de la Colombia actual, según William Ospina*. Recuperado de [http://www.eltiempo.com/entretenimiento/libros/ARTICULO-WEB-NEW\\_NOTA\\_INTERIOR-13202353.html](http://www.eltiempo.com/entretenimiento/libros/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-13202353.html)

Excmo. Sr. Dr. Manuel José Cayzedo. (1931). *El Combate por la fe y por la iglesia. Cartas pastorales*. Medellín: Tipografía Bedout.

Foucault, M. (2006). *Seguridad, territorio, población*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Ganarse el cielo defendiendo la religión. (2005). *Guerras civiles en Colombia 1840-1902*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

García Barrientos, F. (2012). *Apuntes para una historia de la publicidad en Antioquia (1920-1970)*. Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana.

La Palabra (25 de noviembre de 1910). *El comercio en Antioquia*, 3

La Restauración (1864). *El lujo. Crónica interior. La Restauración*, 82-83.

La Sociedad (1873). El lujo. *La Sociedad*, (53), 33-34.

Letras y Encajes (1926). Sofía Ospina de Navarro, Alicia M. de Echavarría, Ángela Villa y Teresa Santamaría, I (1).

Letras y Encajes (1927). Cadillac. *Letras y Encajes*, 1 (9), Contra carátula.

Letras y Encajes (1928). Nuestra mesa *Letras y Encajes*, II (24), Contra carátula.

López Díez, J. C. (2012). *Schumpeter, de paso por Titiribí. Libellus*. Medellín: Fondo Editorial Universidad EAFIT.

Marín Cadavid, L. M. (2012). *Aspectos del régimen federal en Antioquia*. Recuperado de <http://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/red/article/viewFile/5213/4549t>

Medellín en el 5.º Cincuentenario de su Fundación (1925). Pasado-presente-futuro. Introducción. Antonio J. Cano. Carlos E. Gómez. Medellín: Tipografía Bedout.

Meier, H. (2012). ¿Qué es la teología política? Introducción a un concepto controvertido. *Revista La Torre del Virrey*, (6), 9. Recuperado de <http://www.latorredelvirrey.es/numero-6.php>

Melo, J. O. (1991). *Historia de Antioquia. Progreso y guerras civiles entre 1829 y 1859*. Medellín: Presencia, 1991.

Ortiz Mesa, L. J. (2010). *Obispos, clérigos y fieles en pie de guerra. Antioquia, 1870-1880*. Medellín: Universidad de Antioquia.

Palabra del Día (1909). Industrias. *Palabra del Día*, (36), Portada. Industrias.

Propaganda Comercial (1923). *Medellín República de Colombia*. New York: Propaganda Commercial The Schilling Press.

Restrepo Yusti, M. Historia de la industria 1880-1950. En: Melo, J. O. (1991). *Historia de Antioquia. Progreso y guerras civiles entre 1829 y 1859*. Medellín: Presencia, 1991. pp. 267.

Saavedra, L. (2010). *Ensayo sobre la riqueza*. Madrid: Los Libros de la Catarata.

Sanín Echeverri, J. (1995). *Una mujer de cuatro en conducta*. Medellín: Universidad de Antioquia.

Simmel, G. (2011). *El pobre*. Madrid: Sequitur.

Sloterdijk, P. (2003). *Esferas I*. Madrid: Siruela.

Sloterdijk, P. (2006). *Esferas III*. Madrid: Siruela.

Sombart, W. (2009). *Lujo y capitalismo*. Madrid: Sequitur.