

COMERCIO MINORISTA Y PAUTAS DE CONSUMO EN EL MUNDO RURAL BONAERENSE, 1760-1870

Carlos A. Mayo (dir.)
Ángela Fernández, José Bustamante, Laura Cabrerías,
Diana Duarte, Daniel Virgili, Matías Wibaux*

Resumen

El comercio minorista, las pautas de consumo y la vida material de los habitantes del mundo rural bonaerense y sus articulaciones son objeto de esta investigación. Ello se llevará adelante mediante el estudio de inventarios y tasaciones de comercios de la campaña de Buenos Aires. A modo de hipótesis se justificará una estrecha interrelación entre las transformaciones en las pautas y hábitos de consumo con las reconfiguraciones desenvueltas en el perfil de los comercios minoristas. Ambos procesos se darían entre 1840 y 1860, y sólo se advierten atendiendo a una perspectiva centrada en el largo plazo. Por ello, el marco temporal del presente trabajo abarcará desde 1760 hasta 1870.

Palabras clave: Comercio minorista - consumo - campaña bonaerense - siglo XIX

Abstract

The retail, the consumer patterns and the material life of the rural pampa's inhabitants are the objects of this paper. It will be by means of the study of inventories and appraisals of trade in the countryside of Buenos Aires. Our hypothesis analyze the relations and the transformation of the consumer patterns and the retail's changes. Both processes would be date between 1840 to 1860 and recognized in the long time (from 1760 to 1870).

Key words: Retail - consumer patterns - rural pampa - 19th century

* Grupo Sociedad y Estado, Departamento de Historia - C.E.His, Facultad de Humanidades, Universidad Nacional de Mar del Plata, Argentina. Dirección postal: Arenales 225, Burzaco (1852), Prov. Buenos Aires, Argentina. Correo-e: dduart@mdp.edu.ar. La elaboración ha sido llevada en el contexto de la investigación emprendida por el Grupo, donde se pretenden explorar las características del proceso de mercantilización y expansión del comercio minorista en el espacio rural rioplatense en el período citado. El Grupo Sociedad y Estado está dirigido por Carlos A. Mayo y codirigido por Ángela M. Fernández.

El comercio minorista en la campaña de Buenos Aires

El artículo está estructurado en dos partes. En la primera se presentará una descripción somera de los comercios minoristas: pulperías, tiendas, almacenes, casas de negocio, dando cuenta, en particular, de los diferentes artículos ofrecidos a la venta. En la segunda parte, se reconstruirán las pautas de consumo y la cultura material de los pobladores rurales, tomando en cuenta como aspectos centrales, por un lado, los alimentos y las bebidas, y por el otro, la vestimenta, el calzado, los artículos de tocador y otros bienes menos usuales. A tal efecto, se complementarán las fuentes mencionadas con referencias de viajeros, partes de milicia y expedientes judiciales.

La historia de la pulpería del mundo rural rioplatense hunde sus raíces en la literatura costumbrista inspirada en la memoria y los relatos de viajeros. Éstos nos dejaron una imagen estereotipada de la campaña bonaerense, propia de una perspectiva lejana y genérica. El discurso exotista con el que se propusieron describir regiones relativamente desconocidas, reflejó en muchas oportunidades prejuicios raciales o de clase.¹

La literatura de viajeros ha sido durante mucho tiempo una fuente importante en la historiografía rioplatense y gran parte de ella sigue reflexionando sobre la campaña con las mismas premisas de estos relatos. Son pocos los estudios rigurosos y propiamente historiográficos que se han dedicado al comercio rural. Jorge Bossio dedica páginas esclarecedoras sobre la pulpería rural pero no logra desprenderse del trazo mitológico creado por la literatura gauchesca.² Ricardo Rodríguez Molas se ocupa también de las pulperías rurales y de algunos de los productos que allí se vendían, pero la imagen brindada sigue apegada a los estereotipos modelados por la literatura costumbrista.³ Richard W. Slatta intenta precisar el perfil material de la pulpería rural, analizando las prácticas mercantiles de estos negocios. En consonancia con la imagen tradicional, Slatta caracteriza a la pulpería rural como una taberna en la que además de bebidas se expende un número limitado de comestibles, y el pulpero aparece como un negociante inescrupuloso y andrajoso que no desentona con su local, y que se encarga, en combinación con los estancieros, de explotar al gaucho. Como complemento del conjunto, es articulado al mundo rural como socio de los cuatros.⁴

En los últimos años, los estudios históricos acerca del ámbito rural bonaerense han cobrado un renovado impulso, a partir de la discusión de nuevos temas y problemáticas y de la utilización de nuevas fuentes. No obstante esta renovación, en un primer momento, las investigaciones sobre el mundo pampeano hicieron hincapié sobre todo en el análisis de las condiciones y características sociales, económicas y tecnológicas de la producción rural, dejando de lado el aparato mercantil y el comercio minorista, de forma tal que el estudio del consumo fue relegado a un segundo plano.

¹ Para profundizar estos aspectos, véase Adolfo Prieto, **Los viajeros ingleses y la emergencia de la literatura argentina 1820-1850**, Buenos Aires, Sudamericana, 1996; Mary Louise Pratt, **Ojos imperiales. Literatura de viajes y transculturación**, Buenos Aires, Universidad Nacional de Quilmes, 1998.

² Jorge Bossio, **Historia de las pulperías**, Buenos Aires, Plus Ultra, 1970.

³ Ricardo Rodríguez Molas, **Historia Social del gaucho**, Buenos Aires, Maru, 1968; y "Las Pulperías", en **La vida de nuestro pueblo**, Buenos Aires, Centro Editor de América Latina, 1982.

⁴ Richard Slatta, "Pulperías and contraband. Capitalism in Nineteenth century, Buenos Aires Province", **The Americas**, XXXVIII, febrero 1982; y **El gaucho y el ocaso de la frontera**, Buenos Aires, Sudamericana, 1985.

De esta manera, pese a la importancia que había adquirido en Europa y Estados Unidos y en otras disciplinas como la sociología y la antropología, la problemática del consumo en el ámbito de la historia rural había sido un tema poco tratado por la historiografía argentina. En los últimos tiempos el campo de la historia del consumo ha llamado la atención de los investigadores argentinos: por ejemplo, para Fernando Rocchi, la relevancia de esta temática reside en que "...la originalidad de su enfoque promete producir una verdadera revolución al permitir la confluencia de una vibrante historia cultural con la de una historia económica".⁵ En este sentido, el mismo Rocchi, Carlos Mayo,⁶ Jorge Gelman,⁷ Juan Carlos Garavaglia,⁸ Ricardo Cicerchia⁹ y Fernando Remedi,¹⁰ entre otros, fueron los primeros en incursionar en el análisis del consumo, intentando romper con aquellas imágenes estereotipadas de la vida rural presentadas por Rodríguez Molas y Slatta. En el caso de Jorge Gelman, plantea cuestiones y formula observaciones muy pertinentes para el estudio de la pulpería rural de la campaña bonaerense, aunque se detenga a analizar la Banda Oriental. Describe el papel de la pulpería como medio de vinculación entre el mercado y los campesinos; los mecanismos de endeudamiento con los labradores y la especial relación de los pulperos con los grandes comerciantes de Buenos Aires.¹¹ En la misma línea se encuentra el análisis realizado por Juan Carlos Garavaglia, que muestra a los pulperos rurales en el rol de acopiadores de trigo o traficantes de cueros.¹²

Dentro de este panorama, la arqueología histórica —en la que se destacan las interesantes investigaciones de Daniel Schávelzon y Fernando Brittez—¹³ también ha contribuido enormemente al análisis de la cultura material y a la reconstrucción de la dieta básica de los habitantes rurales, a través de su vertiente arqueofaunística.

En trabajos anteriores, el análisis de otros tipos de fuentes, como son los inventarios y tasaciones de bienes encontrados en las sucesiones de pulperos, como así también los datos aportados por los registros estadísticos y censos, nos han presentado otra visión que nos obliga a repensar ciertas visiones sobre el pasado.¹⁴

⁵ Fernando Rocchi, "Consumir es un placer: la industria y la expansión de la demanda en Buenos Aires a la vuelta del siglo pasado", *Desarrollo Económico*, Buenos Aires, vol. 37, n° 148, 1998.

⁶ Carlos Mayo (dir) *Pulperos y pulperías de Buenos Aires 1740-1830*, Mar del Plata, UNMDP, 1996; y "La frontera; cotidianeidad, vida privada e identidad", en F. Devoto y M. Madero (comp.) *Historia de la vida privada en la Argentina*, Buenos Aires, Taurus, Tomo I, pp. 85-105, 1999.

⁷ Jorge Gelman, "Los caminos del mercado; campesinos, estancias y pulperos en una región del Río de la Plata colonial", *Latin American Research Review*, XXVIII, 2, 1993.

⁸ J.C. Garavaglia, "Ámbitos, vínculos y cueros. La campaña bonaerense de vieja colonización", en F. Devoto y M. Madero (dir) *Historia de la vida...*, op. cit.; y "De la carne al cuero; los mercados para los productos pecuarios. Buenos Aires y su campaña, 1700-1825", *Anuario IEHS*, 9, 1994.

⁹ Ricardo Cicerchia, *Historia de la vida privada en la Argentina*, Buenos Aires, Editorial Troquel, 1998.

¹⁰ Fernando Remedi, *Los secretos de la olla*, Córdoba, Centro de Estudios Históricos, 1998.

¹¹ Jorge Gelman, "Los caminos del mercado...", op. cit.

¹² J.C. Garavaglia, "De la carne al cuero...", op. cit.

¹³ Hacemos referencia a Daniel Schávelzon, *Historias del comer y del beber en Buenos Aires*, Buenos Aires Aguilar, 2000; y Fernando Brittez, "La comida y las cosas: una visión arqueológica de la campaña bonaerense de la segunda mitad del siglo XIX", en Carlos Mayo (dir) *Vivir en la frontera. La casa, la dieta, la pulpería, la escuela (1770-1870)*, Buenos Aires, Biblos, 2000.

¹⁴ Véase Carlos Mayo, Ángela Fernández, Diana Duart, Carlos Van Hauvart, Julieta Miranda, Laura Cabrejas, Vanesa Velich y Daniel Virgili, "Pulperos y pulperías rurales", en Carlos Mayo (dir.) *Pulperos y pulperías de Buenos Aires (1740-1830)*, Buenos Aires, Biblos, 2000²; y Daniel Virgili, "Las esquinas de la pampa. Pulperos y pulperías (1788-1865)", en Carlos Mayo (ed.), *Vivir en la frontera...*, op. cit.

En la investigación llevada adelante por el Grupo de Investigación se han relevado 115 casos en los que comercios minoristas son el eje de algún tipo de trámite: sucesiones, testamentos, inventarios de bienes, sumarios, tasaciones. La importancia heurística del cuerpo documental es evidente, y debe ser valorada considerando la dificultad en hallar y sistematizar este tipo de expedientes.

Para el presente trabajo se utilizarán sólo sesenta y cinco documentos de dicho conjunto.¹⁵ El lapso temporal analizado abarca desde 1760 a 1870, la zona geográfica a la que se hará referencia se vincula con la campaña de Buenos Aires. La distribución temporal y geográfica de los casos analizados puede observarse en el cuadro 1.

Cuadro 1: Distribución temporal y geográfica de los casos estudiados

Partido/localidad	Casos	Años	Partido/localidad	Casos	Años
Arrecifes	4	1778-1812-1822-1852	Moreno	1	1867
Azul	2	1851-1864	Morón	2	1786-1827
Bahía Blanca	2	1859-1860	Navarro	1	1835
Balcarce	1	1870	Necochea	1	1870
Barracas	2	1848-1859	Pergamino	1	1838
Carmen de Cañuelas	2	1862-1865	Pila	1	1868
Carmen de Patagones	1	1837	Pilar	1	1837
Chascomús	1	1787	Quilmes	2	1833-1856
Chivilcoy	1	1868	Rauch	1	1870
Dolores	3	1838-1857-1862	Rincón de Zárate	1	1823
Ensenada	1	1802	Saladillo	1	1865
Exaltación de la Cruz	1	1854	Salto	2	1843-1868
Guardia del Luján	2	1821-1850	San Fernando	1	1817
Las Conchas	2	1818-1821	San José de Flores	5	1810-1844-1848 -1862-1868
Las Flores	1	1864	San Vicente	1	1830
Lobos	2	1834-1846	Tandil	2	1851-1860
Magdalena	2	1814-1855	Villa del Luján	5	1764-1812-1841 -1859-1866
Matanza	1	1819			

Fuente: elaboración propia.

¹⁵ Las razones que justifican el recorte están dadas por el procesamiento que se está llevando adelante con la información restante. Los casos analizados son los siguientes: **AHPBA**, L 39-1-7, Francisco Medina, Azul, 1851. **AGN**: Suc. 3514, Feliciano Aberasturi, Quilmes, 1856. Suc. 3563, Juan Bautista Achiari, Salto, 1868. Suc. 3495, Pedro Antonio Aguirre, Villa del Luján, 1841. Suc. 3545, Balbina Albarracín de Davel, Cañuelas, 1865. Suc. 3482, Juan Amante, San Vicente, 1830. Suc. 3525, Francisco Amorin, Tandil, 1860. Suc. 3507, Anselmo Aristegui, Barracas, Cuartel 1º de Campaña, 1848. Suc. 3518, Manuel Arrieta, Dolores, 1857. Suc. 3522, Casimiro Aspeitia, Villa del Luján, 1859. Suc. 3487, Domingo Astoreca, Navarro, 1835. Suc. 3480, Andrea Auli, Morón, 1827. Suc. 3474, Francisca Ayala, Matanza, Partido de Morón, 1819. Suc. 3943, José Baliero, Guardia de Luján, 1850. Suc. 4011, Antonio Beguerestain, Pila, 1868. Suc. 4857, Francisco Borges Correa Leme, Quilmes, 1833. Suc. 4013, Pedro Botet, San José de Flores, 1868.

En este cuadro puede advertirse que los casos más tempranos –de fines del siglo XVIII– se vinculan a la zona de antiguo poblamiento. Mientras que sólo en los casos más tardíos se encuentra información de sitios avanzados en la frontera (Tandil, Necochea, Las Flores, Balcarce). Esta distribución asimétrica implicará cierta sobrerrepresentación de los casos mencionados en un principio, lo cual será tenido en cuenta en el análisis.

Nos interesa en este punto dejar en claro las diferentes denominaciones con que fueron designados los comercios minoristas pampeanos. Algunos autores,¹⁶ al igual que los viajeros, emplean indiscriminadamente los términos “pulpería”, “almacén”, “taberna rural” o “esquina”, para referirse a este comercio minorista. Si tenemos en cuenta las denominaciones empleadas en los documentos sucesorios, es común encontrar que en un mismo inventario se hayan empleado los términos “pulpería”, “almacén” o “casa de negocio”. Ante esto, podríamos pensar que en realidad eran sinónimos pero, de haber sido así, cabe preguntarse entonces por qué el Estado emplea como dos categorías diferenciadas el almacén y la pulpería a la hora de cobrar las patentes, aún más cuando al analizar los inventarios de esos comercios no se observan diferencias en el stock de mercaderías.

Pilar González Bernaldo cree encontrar la causa en una estrategia de los pulperos quienes, para burlar las restricciones en el horario de apertura de sus locales, cambian los mismos por esta nueva categoría en el período rosista; por otra parte, advierte la creciente evolución en el número de almacenes registrados desde 1826 a 1836 y la abismal disminución del rubro pulpería hacia fines del período.¹⁷ Sin embargo, en el contexto rural son muy pocos los almacenes mencionados con relación a las pulperías, y si bien ambos pagan el mismo monto por sus patentes, se tiene el cuidado de diferenciar el rubro, aún en el caso de que ambos comercios pertenezcan a un mismo dueño y se

Suc. 4937, Francisco Cabral, Saladillo, 1865. Suc. 4866, Luis Cadelago, Salto, 1843. Suc. 4919, Olegario Camp de Pradells, Carmen de Cañuelas, 1862. Suc. 4869, Juan Caminos, San José de Flores, 1844. Suc. 4862, Vicente Cardón, Pergamino, 1838. Suc. 4861, Manuel Carrado, Dolores, 1838. Suc. 4998, Víctor Carrasco, Balcarce, 1870. Suc. 4844, Benedicto Casco, Guardia de Luján, 1821. Suc. 4851, Manuel María Castelo, San Vicente, 1830. Suc. 4950, José Castino, Villa del Luján, 1866. Suc. 4959, María Cethier, Moreno, 1867. Suc. 4930, Miguel Churruga, Azul, 1864. Suc. 4881, Juan Crisol, Arrecifes, 1852. Suc. 4859, José Crouthén, Carmen de Patagones, 1837. Suc. 4863, Antonio Cruz, Pilar, 1837. Suc. 4869, Manuela Cháves de Cascallares, Lobos, 1846. Suc. 4919, Juan Antonio Chavez, Dolores, 1862. Suc. 5414, Juan Antonio Darnestoy, Barracas al Sud, 1856. Suc. 5435, Catalina Dasso, Chivilcoy, 1868. Suc. 5414, Catalina Díaz, Bahía Blanca, 1859. Suc. 5409, Pedro José Díaz, San José de Flores, 1848. Suc. 5412, José Diz, Magdalena, 1855. Suc. 5708, Juan Ferrer, Exaltación de la Cruz, 1854. Suc. 8141, Alberto Fontan, San José de Flores, 1810. Suc. 6500, Juan Lois, Lobos, 1834. Suc. 6780, Juan López, Arrecifes, 1822. Suc. 4931, Martínez de Cuel, Las Flores, 1864. Suc. 6781, Felipe Miguens, Las Conchas, 1818. Suc. 6781, Francisco Muñoz, Las Conchas, 1821. Suc. 7384, Carlos Puyoll, Ensenada, 1802. Suc. 7303, Antonio Olivera, La Seca, Rauch. Antonio Olivera, La Media Luna, Necochea, 1870. Suc. 6503, Francisco Rauch Lozano, Magdalena, 1814. Suc. 5888, Francisco Rocha, Juan Bergaro, San José de Flores, 1862. Suc. 7780, Estefanía Rodríguez, Luján, 1812. Div. Colonia Trib. Sala IX-42-1-7, Manuel Rodríguez, José Patiño, Chascomús, 1787. Suc. 8141, Antonio Sánchez, Arrecifes, 1812. Suc. 8411, Mateo Sánchez, Luján, 1764. Suc. 8143, Marcelino Sayos, San Fernando de la Buena Vista, 1817. Trib. Comercial B nº 19, Manuel Sierra, Tandil, 1851. Suc. 8413, Juan (de) Silva, Arrecifes, 1778. Suc. 3966, Luis Silva, Bahía Blanca, 1860. Div. Colonia Trib. Sala IX-40-6-6, Thomas Souza, Francisco Cagnet, Parroquia Na. Sa. del Buen Viaje, Cañada de Morón, 1786.

¹⁶ R. Bossio, *Historia...*, op. cit.; Rodríguez Molas, *Las pulperías...*, op. cit.; R. Slatta, “Pulperías and...”, op. cit. J. Kinsbruner, *Petty Capitalism in Spanish America. The pulpers of Puebla, Mexico City and Buenos Aires*, Londres, Westview Press, 1987.

¹⁷ Pilar González Bernaldo, “Las pulperías de Buenos Aires; historia de una expresión de sociabilidad popular”, *Siglo XXI, Revista de Historia*, México, Instituto Mora, 1993, p. 33.

ubiquen en la misma jurisdicción. Cabe destacar que en el informe oficial de los comercios de campaña para 1854 se enumeran sólo dos rubros; uno es tiendas y el otro almacenes y pulperías.¹⁸ Podemos sospechar que la diferencia entre estas últimas categorías no radicaba en los rubros que tenían a la venta sino en que sólo la pulpería contaba con el espacio para el despacho y consumo de bebidas *in situ*.

Lo cierto es que a partir de mediados del siglo XIX el mundo rural experimentó cambios, y junto a ellos su comercio. La pulpería que se presentará en la segunda mitad del siglo XVIII poco se parece a la que hallamos hacia las últimas décadas del XIX. Se irán convirtiendo paulatinamente en “almacenes”, “casas de trato” y “casas de negocios”, dando origen a los legendarios almacenes de ramos generales de fines del siglo XIX.

Este proceso de reconfiguración puede advertirse en el cuadro 2.

Cuadro 2: Denominaciones comerciales

Década	Pulpería	Almacén, Tienda o Casa de Negocio
1760	1	-
1770	1	-
1780	2	-
1790	-	-
1800	1	-
1810	7	-
1820	5	-
1830	5	6
1840	3	3
1850	1	10
1860	1	16
1870	-	3
Total	27	38

Fuente: elaboración propia.

En el cuadro precedente se advierte cómo el uso de términos que hacia 1830 no se habían observado, posteriormente a esta fecha comenzarán a manifestarse con mayor asiduidad. Ello no implica que las pulperías desaparezcan. Lejos de ello, continúan, pero en menor porcentaje.

Estas alusiones a los diversos modos en que los comercios minoristas son designados se articulan con las reconfiguraciones que se desarrollaron en el mismo período en los productos puestos a la venta y en la cultura material de los habitantes rurales.

El análisis de los inventarios nos permite afirmar que los efectos que se hallan en los comercios minoristas de la campaña resultan de una notable variedad y permite

¹⁸ Registro Estadístico de Buenos Aires, 1854, Tomo 1, Buenos Aires, Imprenta de la Tribuna, 1858.

cambiar la imagen arquetípica de lo que fue una pulpería o bien un almacén, imagen que impone sólo la existencia de los productos necesarios para el consumo de subsistencia a que estaban acostumbrados los habitantes de la campaña, gente (aparentemente) de pocas necesidades y exigencias. Los inventarios nos presentan un amplísimo universo de productos relacionados no sólo con el consumo alimentario sino también de otros productos relacionados con la indumentaria –ropa, telas y calzado–, artículos de mercería, limpieza, lumbre, tocador y ferretería, menaje, herramientas y medicinas, papel y tabaco, todos ellos en muy diversa variedad y cantidad.

En muchos de estos rubros no se presentan marcadas transformaciones con el paso del tiempo. Nos detendremos a analizar aquellos donde es evidente una mayor diversificación y donde parece traslucirse cierta sofisticación en las pautas de consumo de los pobladores. El objetivo es, a través del análisis de los bienes que se ofrecen a la venta, redefinir no sólo al comercio minorista sino también a los usos y costumbres de los habitantes de la campaña bonaerense.

Una mesa para todos los gustos

El relevamiento de los inventarios de los comercios rurales nos ha abierto la puerta al universo de productos alimenticios ofrecidos a la venta en almacenes, pulperías, tiendas y negocios mercantiles. La lectura minuciosa de esta documentación arroja un total de más de 274 productos alimenticios contando sus variedades y calidades, entre los que se destacan el arroz, los fideos, la harina, la farfalle, el pan, la yerba, el azúcar, el aceite, el vinagre, y gran variedad de especias, legumbres, infusiones, dulces y conservas, entre otros.

Entre los productos ofrecidos a la venta, conocidos como de almacén, la sal, el arroz, el almidón, las pasas y la farfalle, aparecen como los artículos con mayor presencia en los estantes de los comercios rurales durante todo el siglo XIX. En el caso del arroz – presente en el 50% de los inventarios –, mantuvo su participación en la dieta rural durante todo el período estudiado, pero a mediados de la centuria se vislumbra una diversificación en el origen de dicho alimento: a partir de 1844, aparecen el arroz carolina y de Brasil, para sumarse hacia 1862 el piamontés y el de la India. El rol ocupado por el arroz en la composición de la dieta puede reflejarse en las cantidades presentes en los comercios para ser vendidas al público. Por ejemplo, en 1838 Vicente Cardón¹⁹ poseía en su pulpería de Pergamino quince arrobas y 18 libras de arroz – más de 165 kilos – esperando por sus próximos compradores.²⁰ Otros de los productos que se mantuvieron estables durante todo el siglo fueron el almidón, las pasas y la farfalle. Desde el siglo XVIII, el almidón formó parte de la dieta rural, incluyendo diferentes variedades como el almidón de trigo y el de mandioca. A partir de la mitad del siglo XIX, en el stock de los comercios comienzan a aparecer nuevas variedades como el almidón canutillo, el de San Juan y, principalmente, el almidón americano.

Las pasas, tanto las de uva como las de higo, se ofrecieron a la venta desde 1764 hasta 1870 en los comercios minoristas, apareciendo en 33 oportunidades. En este caso,

¹⁹ Archivo General de la Nación (en adelante AGN) Sucesión 4862, Vicente Cardón, Pergamino, 1838.

²⁰ Una arroba consta de 25 libras y es equivalente a aproximadamente 11 kg., ya que una libra equivale a 454,4 gramos.

resulta evidente la diversificación que se produce con el paso del tiempo en cuanto a variedades y procedencias. Hasta mediados de siglo se comercializaban pasas de uva y de higo negro, pasas blancas y negras, y desde 1860 los estantes fueron testigos de la presencia de sacos, bultos y cajones conteniendo pasas de Málaga y de España. Respecto a las cantidades, las sumas oscilan entre 6 libras y ocho arrobas, sin contar a Antonio Sánchez, pulpero de Arrecifes, que en 1812 poseía un saco con seis arrobas y seis libras de pasas blancas y cuatro sacos con 19 arrobas y once libras de pasas de higo negro.²¹

La fariña, presente en el 38% de los casos, se encuentra a la venta desde 1830, resaltándose la procedente de Brasil. Así, José Crouthén, en 1837, tenía en su negocio noventa arrobas de fariña para vender a sus vecinos de Carmen de Patagones.

Los fideos son otros de los artículos que la historiografía tradicional se olvidó de rescatar al reconstruir la composición de la dieta cotidiana. Desde la década de 1800 los fideos comienzan a ubicarse en los escaparates de los negocios rurales, destacándose entre sus variedades, aquellos provenientes de Génova. Por lo general, las cantidades presentes en los inventarios no superan las tres arrobas.

Entre los productos de almacén, la sal, una necesidad indispensable en la vida cotidiana, fue el producto mencionado con más frecuencia durante todo el período, al aparecer en 40 tasaciones (el 61,5% de los casos), en diversas variedades y cantidades. Además de la sal común, se destacan la sal de Córdoba y la sal gruesa de Cádiz. Marcelino Sayos, en 1817, posee cuatro fanegas y una cuartilla²²—cerca de 620 kilogramos— de sal común, en su pulpería de San Fernando de la Buena Vista.²³ Esta situación coincide con los testimonios de viajeros y memorialistas que comentaron la predilección de los habitantes del ámbito rural por este producto. Este uso extendido de la sal, además de su reconocido valor en la conservación de los alimentos, se explica por las preferencias de los pobladores por las comidas elaboradas y condimentadas. Los viajeros nos brindan un amplio horizonte de comidas elaboradas como guisos, carbonadas, estofados, pucheros, caldos, chupe de gallina, charque frito, sopa de fideos y conservas en aceite.

En sus descripciones sobre el paisaje pampeano y la vida de sus pobladores, Félix de Azara, se sorprendió ante ciertos hábitos alimenticios: “*no comen legumbres ni ensaladas diciendo que son pasto y se mofan de los europeos que comen como los caballos y usan el aceite, otra cosa que repugnan mucho*”.²⁴ Sin embargo, el análisis de los productos comercializados en el ámbito rural parece romper con esta imagen. El aceite y el vinagre figuran en 31 y 37 casos (el 47% y el 57% respectivamente) y, como otros artículos, su oferta se fue diversificando a medida que transcurría el siglo XIX. De esta manera, a principios de siglo se menciona el aceite de comer sin demasiadas variedades, pero a partir de 1844 comienzan a aparecer en los comercios rurales, el aceite español, el francés, el aceite Rerozena y el de Niza, que acentúan aun más la variedad de este universo. La importancia de este producto se explica por su uso cada vez más popular para la elaboración y frituras de muchos platos criollos, aunque la grasa, tanto de vaca, cerdo u oveja, sigue siendo el elemento esencial para cocinar comidas guisadas y fritas.

²¹ AGN Sucesiones 8141, Antonio Sánchez, Arrecifes, 1812.

²² La fanega se divide en 4 cuartillas, y equivale a 13 arrobas de sal seca.

²³ AGN Sucesiones 8143, Marcelino Sayos, San Fernando de la Buena Vista, 1817.

²⁴ Félix de Azara, *Viajes por la América meridional*, Madrid, Espasa Calpe, 1949, p. 191.

El consumo masivo del vinagre salta a la vista al considerar las tasaciones estudiadas. La elaboración de diversas conservas, vinagretas y escabeches hicieron del vinagre un artículo fundamental de las mesas rurales. Su presencia en los inventarios se mantiene durante todo el siglo, pero las damajuanas, los barriles y las pipas comienzan a diversificarse, ya que al vinagre común se suman a mediados de siglo el vinagre de durazno, de vino, dulce, seco y hechizo.

La predilección de los pobladores por las comidas elaboradas y bien condimentadas, se refleja en la notable diversidad de condimentos y especias que los negocios rurales ofrecían a su clientela: desde principios de siglo aparecen el ají, la pimienta, el comino, el clavo de olor, el anís y el pimentón, enriqueciéndose desde 1830 aproximadamente con la aparición de ajíes pisados, en rama y del Valle, pimienta negra y en grano, canela molida y en rama, anís en grano, mostaza, entre otros. Por ejemplo, en 1844 en el stock de la pulpería de Juan Caminos aparecen una libra y media de pimienta negra, media libra de clavo de comer, un cuarto de libra de comino y tres libras y media de pimentón.²⁵

Massimo Montanari ha planteado, en su estudio sobre la alimentación en Europa en la Edad Media, que las especias estaban prácticamente reservadas a los ricos a causa de su rareza y alto precio, y que los menos pudientes intentaban sustituirlas por hierbas aromáticas, auténticas especias de los pobres, que crecían profusamente en los huertos.²⁶ En el ámbito de la campaña bonaerense resulta muy difícil aventurar una distinción socioeconómica en cuanto al consumo de las especias, debido a la imposibilidad de realizar un análisis de precios en un marco temporal tan amplio. Sin embargo, del estudio de los inventarios surge que la mayoría de estos productos podrían ser accesibles para todos los pobladores, y las mayores diferencias en valores pueden encontrarse entre las diferentes variedades de cada artículo.

Los alimentos y su preparación estaban signados por la imposibilidad de conservarlos, de ahí la importancia que tuvieron los diferentes tipos de conservas, principalmente las avinagradas y los encurtidos. Los inventarios nos muestran que los estantes de estos comercios estaban provistos de frutas en aguardiente, frutas en conserva, encurtidos franceses, conserva alimenticia, entre otros. Además, las sardinas aparecen en los inventarios desde 1787 hasta el fin del lapso estudiado, resaltándose, por ejemplo, las sardinas de Nantes que ofrecía a sus clientes Casimiro Aspeitia en su casa de negocio de la Villa del Luján.²⁷ En este sentido, la venta de bacalao y pejepero en algunos comercios pueden hablarnos del lugar ocupado por la carne de pescado en la dieta rural. Por otro lado, los embutidos, fiambres y productos de granja no estaban ausentes en estos negocios. Así, aparecen los chorizos, lenguas saladas, salchichón, longanizas, tocino fresco salado, huevos, jamones, mantequilla y quesos. La mayoría de estos productos, junto a las legumbres y las verduras, mantienen una participación limitada en estas redes de comercialización y en muchos casos desaparecen de los estantes a mediados de siglo. La mayor permanencia en el tiempo y diversidad se da en el caso de los quesos, ya que figuran quesos del país, quesos de vaca, de Flandes y de Holanda.

²⁵ AGN Sucesiones 4869, Juan Caminos, San José de Flores, 1844.

²⁶ Massimo Montanari, *El hambre y la...*, op. cit., p. 71.

²⁷ AGN Sucesiones 3522, Casimiro Aspeitia, Villa del Luján, 1859.

La cuestión del consumo de pan en el ámbito rural, ha sido un eje central sobre el que giró la visión tradicional de una dieta precaria. Durante todo el siglo XIX, los viajeros que atravesaron la región se lamentaron frecuentemente por la ausencia de este artículo. Es nuevamente John Miers quien nos habla: "*el pan está, para ellos, fuera de lugar; porque nunca o muy rara vez lo prueban.*"²⁸ Si escuchamos estas quejas, seguramente terminaremos, como la literatura costumbrista, creyendo ciegamente en estos testimonios. Otra imagen parece surgir si analizamos las tasaciones, es más, si releemos a los mismos viajeros. La presencia de la harina—que aparece en el 27% de los inventarios—confirma el papel importante ocupado por los productos derivados del trigo y otros cereales en la dieta rural durante todo el siglo: el pan aparece en nueve pulperías diferentes y la galleta en diez, sin dejar de lado la presencia de masitas, factura, galletitas, tortas, rosquetes y ticholos. Además, la comercialización de estos artículos comienza a realizarse hacia mediados de siglo en locales específicos, sin olvidarnos también que la elaboración se sigue realizando en los propios hogares y comercios minoristas, como lo demuestra la existencia en los inventarios de bateas de amasar, hornos de barro, latas para tortas y facturas, palas bizcocheras y para pan, moldes para galletas, entre otros.

Otros relatos muestran la existencia del pan, ocupando un lugar destacado en la mesa de las clases acomodadas. Como señala Mac Cann durante su estadía en una estancia de Dolores en 1842: "*...con Mr. Clark participamos de una mesa excelente: asado de vaca, aves, pudding inglés, papas y pan blanco.*"²⁹ Esta información da cuenta también de una diferencia cualitativa en cuanto al pan ingerido en estos establecimientos y el que consumían las clases populares. Podemos inferir, entonces, que las denuncias postuladas sobre la ausencia del pan responden a la propia racionalidad con la que observa el viajero. La galleta o "panecillo criollo", frecuentemente consumido por los habitantes de la frontera era desconocida para el viajero: "*...es verdad que lo reemplazaban por galletas redondas horriblemente duras que traían a la mesa después de haberlas roto con un martillo; pero eso estaba lejisimos de parecerse a nuestro buen pan francés y su gusto era muy desabrido.*"³⁰

No cabe duda que el mate fue la infusión favorita de los habitantes de la campaña, superando ampliamente al resto de los artículos de este rubro. Richard Slatta ha planteado que *el argentino rural empezaba y terminaba el día con grandes cantidades de mate cimarrón o amargo.*³¹ La lectura de los inventarios demuestra el papel central que jugaba el mate en la vida cotidiana. La yerba aparece en el 70% de las tasaciones analizadas, existiendo una oferta muy diversificada con relación a sus diferentes variedades y calidades. De más está decir que la presencia de la yerba en los estantes se mantuvo durante todo el siglo, pero—al igual que otros productos— con el paso de tiempo fue ampliándose el universo de este rubro. Entre las diferentes variedades de yerba mate pueden mencionarse: la paraguaya, la correntina, la ordinaria, la parnagua, de calidad inferior, y más tarde, la yerba paluda, la argentina y la misionera. Nuevamente, las cantidades presentes en los comercios rurales nos pueden dar la pauta del grado de consumo de este producto.

²⁸ John Myers, *Viaje al Plata, 1819-1824*, Buenos Aires, Ediciones Solar, 1968.

²⁹ William Mac Cann, *Viaje a caballo por las provincias argentinas*, Buenos Aires, Hyspamérica, 1985, p. 23.

³⁰ H. Armaignac, *Viaje por las pampas argentinas*, Buenos Aires, EUDEBA, 1974, pág. 83.

³¹ Richard Slatta, *Los gauchos y el...*, op. cit., p. 139.

En 1812, Antonio Sánchez poseía en su pulpería de Arrecifes once tercios y medio que contenían 94 arrobas con cinco libras de peso neto.³² Hacia 1868, Catalina Dasso almacena en su tienda de Chivilcoy cerca de cuarenta arrobas de yerba paraguí.³³

Pese al reinado de la yerba, hacia mediados del siglo XIX, comienza a expandirse notablemente el consumo de dos infusiones ya conocidas por estas tierras: el té y el café. El té aparece en 19 inventarios (29% de los casos) mientras que el café figura en el 35% de los comercios analizados. En ambos artículos, sus diferentes variedades están presentes en los estantes durante todo el período estudiado. En el caso del té, el té negro ocupa el primer lugar, seguido por el té perla, el té orange y el té imperial, mientras que para el café pueden mencionarse el café molido, en grano, y en vaina. La existencia de tal diversidad indicaría un consumo bastante extendido aunque guiado por las preferencias y las posibilidades de acceso a estos productos. Más aún si consideramos la irrupción de tazas y cucharitas de café, molinos de café y teteras en el stock y entre los bienes personales de los dueños de estos negocios comerciales. Tal vez estas infusiones hayan tenido mayor relevancia en los sectores medios y altos de la sociedad rural, teniendo en cuenta que, por ejemplo, la relación entre el valor del café y la yerba es de cuatro a uno. Igualmente, esta hipótesis debería ser revisada a partir de un exhaustivo análisis de precios, que permita hablar de un consumo diferenciado de estos artículos.³⁴

El azúcar es el producto que más veces aparece en las tasaciones de comercios rurales, con una marcada diferenciación en cuanto a calidades y variedades. Su presencia en el 69% de los inventarios analizados desmiente lo afirmado por Rodríguez Molas en cuanto a que "... *el azúcar y los postres están ausentes de la cotidianidad del hombre de campo...*"³⁵ Así, el azúcar blanca, rubia y terciada se ofrece a la venta desde 1764 a 1870, pero hacia mediados del siglo XIX, su lugar en los estantes y las trastiendas comienza a ser compartido con el azúcar refinada, de La Habana, de remolacha y, principalmente, el azúcar de Brasil y de Pernambuco. Las enormes cantidades de este producto almacenadas en bolsas y barricas nos dan la pauta de su consumo extensivo: hacia 1846, en la tienda de Manuela Chávez de Cascallares, en Lobos, existían cerca de diez arrobas de azúcar terciada y ocho arrobas de azúcar rubia, que hacen un total de casi 450 kilogramos.³⁶

¿Y los postres? Los relatos de viajeros están llenos de referencias a la importancia que tenía el azúcar para elaborar diversos platos dulces como leche cuajada, algarroba pisada, pasteles de hojaldre y la mazamorra –hecha con leche y maíz pisado– entre otros. La miel –además de su utilización medicinal– se constituyó en un componente de las recetas, junto a las ciruelas y los orejones comunes y de durazno. Además, a partir de mediados de siglo, la vida cotidiana comienza a endulzarse con bombones, caramelos, pastillas, confites, dulce de membrillo, pastillas de menta y otras confituras.

Las frutas secas y las legumbres tampoco faltaron en la dieta de los pobladores rurales. Las nueces –tanto de Mendoza como españolas–, el maní, las almendras y las

³² AGN Sucesiones 8141, Antonio Sánchez, Arrecifes, 1812.

³³ AGN Sucesiones 5435, Catalina Dasso, Chivilcoy, 1868.

³⁴ Para una historia de los precios véase: F. Barba, *Aproximación al estudio de los precios y salarios en Buenos Aires desde fines del siglo XVIII hasta 1860*, La Plata, Editorial de la Universidad Nacional de la Plata, 1999.

³⁵ R. Rodríguez Molas, *Las pulperías...*, op. cit., p. 13.

³⁶ AGN Sucesiones 4869, Manuela Chávez de Cascallares, Lobos, 1846.

castañas compartieron los estantes con porotos blancos y amarillos, garbanzos, arvejas y arvejones. También hacia mediados de la centuria estudiada, la oferta alimenticia se completó con mercaderías que difícilmente hayan sido siquiera imaginadas por quienes construyeron la visión tradicional sobre el mundo rural: hongos secos, tarros de ostras y garrafas con salsa de tomate.

Una bodega bien surtida

Las bebidas, principalmente alcohólicas, también constituyeron un rubro diverso que se fue ampliando durante todo el siglo. Durante el período analizado, los inventarios muestran un total de 149 clases de bebidas que conforman, teniendo en cuenta las diferencias en cuanto a la calidad de los productos, cerca de 33 ítems. Dentro de este universo variado, el vino, la ginebra y la caña son los que aparecen más frecuentemente en las tasaciones (en el 69%, el 52% y el 52% respectivamente), mientras que también ocupan un lugar destacado el aguardiente, el coñac y el licor. La importancia de las bebidas alcohólicas en el consumo cotidiano de los habitantes de la frontera se debe a que el acto de beber es considerado como una actividad separada de la comida, al no estar sujeta al tiempo de la alimentación y, como sucede con el mate, se convierte en una ocasión para compartir con otras personas. Las formas de beber, al igual que las formas de comer, llevan implícita la participación colectiva: el pasarse el mate, el vaso o la botella en rueda.

Al igual que los comestibles, el origen de las bebidas también sufrió importantes modificaciones a lo largo del período analizado. En un principio se destacan el aguardiente de anís, de España y de la tierra, el vino de España, mistela y de la tierra, acompañados en menor medida por la ginebra, la caña, el anís, el anisete y otras variedades de vino, como el norteamericano, blanco de San Juan y el carlón de Burdeos. Esta notable variedad de orígenes y calidades de las bebidas ofrecidas a la venta se acentuó desde 1830 cuando las trastiendas de los comercios minoristas se abrieron a la afluencia de nuevas bebidas alcohólicas. El caso del vino resulta ejemplificador de esta situación: a los ya conocidos, se agregaron el vino de Málaga dulce, el vino de Burdeos, el vino seco, el piorato, el jerez, el francés, el moscatel, el de Asti, el oporto, el de San Joulieu, el vino catalán, sin olvidarnos de los famosos vinos carlón y frontián, en todas sus variedades.

Por lo general, las bebidas, además de tomarse en los mismos comercios, se expendían de diversas formas, principalmente en botellas, aunque también en frascos, que era la medida de referencia y equivalía a 2,375 litros. Se solían almacenar en barriles, damajuanas, pipas, cuarterolas, frascos y botellas, que ocupaban las trastiendas y los estantes de los diferentes negocios.³⁷

A mediados de siglo se expandió el consumo de ginebra, licor, coñac, ajeno y cerveza, mientras que surgió un heterogéneo universo de bebidas formado por kirsch, curaçao, champán, vermouth, cherri, hesperidina y numerosos tipos de licores y coñacs. En el caso de la ginebra, principalmente se resalta la presencia de la proveniente de Holanda, aunque comienzan a circular ginebras de diferentes marcas (Campana, Gaucho y de

³⁷ El barril equivale a 32 frascos, es decir, 76 litros mientras que una pipa equivale a 6 barriles, que implican 192 frascos (456 litros). Las cuarterolas eran barriles con una capacidad igual a una cuarta parte de un tonel.

la Virgen). La venta de cerveza se registra a partir de 1857, apareciendo las variedades de cerveza negra, inglesa y del país, esta última muy importante teniendo en cuenta que hacia 1858 Emilio Bieckert instaló su fábrica en la ciudad de Buenos Aires.³⁸

Poner la mesa: los hábitos alimenticios y la cultura material

En este apartado, pretendemos analizar los hábitos alimenticios de los pobladores rurales, aquellos modos de comer, que –al igual que la selección de los alimentos y la composición de la dieta– están determinados por factores materiales y culturales. Este universo cotidiano de las mesas rurales será explorado mediante el registro de los utensilios y enseres de cocina presentes en los inventarios analizados, pero sin dejar de recurrir a las imágenes brindadas por la literatura de viajes, que ilustran muy bien estos aspectos de la alimentación.

El relevamiento de los inventarios nos brinda un amplio horizonte de productos pertenecientes al rubro de utensilios y trastes de cocina, incluyendo sus variedades en cuanto a materiales y tamaños. Entre ellos aparecen tanto útiles destinados a la preparación de alimentos (asadores, cacerolas, sartenes, ollas) como la vajilla de uso diario. Debemos aclarar que en muchos casos no se puede saber a ciencia cierta si estos enseres domésticos forman parte del stock de mercaderías a la venta, si se utilizan para el despacho de alimentos y bebidas en el mismo local o si simplemente son propiedad del comerciante. Pero igualmente su presencia en estos comercios nos permiten acercarnos a los hábitos de consumo de los pobladores de la campaña bonaerense.

Los vasos y los cuchillos son los artículos nombrados con mayor frecuencia. Le siguen en importancia las fuentes, tanto de loza como de lata, los diversos tipos de jarros y las tazas, para café y para caldo. El tercer grupo es ocupado por platos, pavas, cucharas, ollas, bombillas, asadores, espumaderas y cucharones. A esta serie de productos hay que agregarle sartenes, jarras, calderas, tenedores, azucareras, teteras, parrillas, cacerolas y copas, entre los utensilios mencionados en menor grado.

Los cuchillos fueron catalogados no sólo por su tamaño sino también por el tipo y material de su cabo, que podía ser de madera, de marfil y el negro de origen inglés. Como las hojas o vainas eran menos durables se vendían por separado.

Los comedores porteños tenían un rey indiscutido: el plato. Para Nelly Porro, el plato alcanza la categoría de “imprescindible, cualquiera fuese el poder económico, la relevancia social y el lugar de la comida”.³⁹ En la campaña no sólo se usaron platos de lata, todo lo contrario, eran preferidos los de loza y después de 1850 los de porcelana, e inclusive los había para apoyar las tazas de café o bien para poder saborear algún postre.

Si para consumir los alimentos los platos eran indispensables, las ollas también lo fueron para cocinarlos. Las había de fierro o de latón con tapa. La comida podía ser servida en fuentes con la ayuda de cucharones y espumaderas. Los vasos fueron por su número más solicitados que las copas de cristal, tasándose vasos de fino cristal, de vidrio, ordinarios o labrados.

³⁸ Véase Carlos Moncaut, *Pulperías, esquinas y almacenes de la campaña bonaerense*, City Bell, Editorial El Aljibe, 2000, pp. 299- 315.

³⁹ N. Porro, J. Astiz y M. Rospide, *Aspectos de la vida cotidiana en el Buenos Aires virreinal*, Buenos Aires, Universidad Nacional de Buenos Aires, 1982, p. 20.

El agua para tomar mate se calentaba en pavas o calderos de lata o latón. La costumbre de tomar mate fue patrimonio de todos los habitantes, pero si bien se tasaron muchas bombillas no se encontraron en stock muchos mates o recipientes para prepararlo. Podemos suponer que la clásica calabaza usada para contener la infusión se adquiriría de otra manera y no se compraba en las pulperías o almacenes rurales.

Los bajos porcentajes de cucharas, tenedores y otros utensilios en los inventarios podrían ser considerados como indicios de cierta simplicidad en lo que hace a la "tecnología de la comida",⁴⁰ que coincidiría con las imágenes dejadas por los viajeros respecto a las maneras de comportarse en la mesa: servirse de la misma fuente, compartir cucharas y vasos, comer con las manos ayudados con el cuchillo. Pero, antes que hablar de precariedad en los hábitos alimenticios, preferimos identificar esta carencia de ciertos útiles de cocina como un patrón general de consumo, una práctica cultural extendida que traspasaba barreras económicas.⁴¹ En un estudio anterior, hemos advertido que, en la campaña bonaerense durante el período colonial tardío, "los hacendados más ricos no habían logrado construir una sólida hegemonía social ni definido un estilo de vida que pudieran exhibir ante los demás como algo exclusivo de su condición social".⁴²

William Mac Cann se asombraba con el espectáculo de los propietarios rurales criollos, potencialmente ricos en tanto eran dueños de muchas hectáreas y cabezas de ganado, pero cuyas viviendas eran ranchos sin moblaje, con ventanas sin vidrios ni cortinas. Contrariamente a lo narrado por este viajero y a pesar de la precariedad de los materiales, hubo casas y ranchos bastante bien equipados, aunque sí es cierto que no había relación entre bonanza económica y abundancia de bienes materiales. Si bien prevaleció un estilo austero, hubo casos en que el propietario reflejó en sus bienes un mejor ingreso. Nos queda claro que la mayoría de los estancieros de este momento no pertenecieron a la *élite* y estuvieron lejos del sofisticado estilo de vida de sus sucesores finiseculares.

Por supuesto, los viajeros se detenían a describir aquellas situaciones que les parecían exóticas y que se amoldaban a la imagen romántica que tenían acerca de la relación del hombre rural con su medio ambiente cotidiano. De ahí que, para sus ojos, lo más sorprendente es esa falta de intimidad al momento de comer dada por el hecho de compartir los utensilios, tomar del mismo mate, servirse de la misma olla o comer con la misma cuchara, formas sociales tan lejanas a sus parámetros culturales. Veamos qué nos dice John Miers, de su experiencia al llegar a una posta en Puente de Márquez:

"...sus ocupantes estaban comiendo un potaje de maíz hervido en grasa (...) comiendo todos de la misma vasija de barro en la cual se había hervido o guisado, y con la misma cuchara que pasaba de mano en mano. (...) Se nos invitó cordialmente a participar del festín con los otros pasajeros, pero éramos todavía viajeros demasiado novatos en el país para probar semejantes platos, o para comer con la misma cuchara en la forma en que lo hacían las hermosas damas y los inmundos rancheros. Llevábamos, desde luego, algunas cucharas en nuestra cantina, pero si las hubiésemos

⁴⁰ Jack Goody, *Cocina, cuisine y clase*, Barcelona, Gedisa, 1995, p. 69.

⁴¹ Esta simpleza y austeridad de las condiciones de vida fue analizada por Laura Cabrejas, "Vida material en la frontera bonaerense (1736-1870)", en Carlos Mayo (dir.) *Vivir en la frontera...*, op. cit.

⁴² Carlos Mayo, *Estancia y sociedad en la pampa, 1740-1820*, Buenos Aires, Biblos, 1995, p. 193.

*utilizado en esa oportunidad difícilmente hubiéramos podido rescatarlas, por el contrario, habríamos debido regalarlas a aquellas gentes...*⁴³

A través del estudio de este rubro podemos matizar la visión tradicional sobre los hábitos de comer de los hombres de la campaña. Sin lugar a dudas, muchos comieron sentados en el piso, con una fuente que pasaban de mano en mano y la ayuda de un cuchillo multiuso. Pero también hubo otros que sobre una mesa con mantel, disfrutaban de la frugal comida con platos, cubiertos, fuentes, vasos y tazas.

Sin embargo, a mediados de siglo, la vida en el mundo rural comenzaba a complejizarse. La lectura de los inventarios arroja indicios acerca de cierta sofisticación y renovación en los hábitos alimenticios, que se desarrolla en forma paralela a la introducción de nuevos productos, preferencias y gustos en las mesas rurales. Así lo demuestra, por ejemplo, la presencia creciente de tazas, platos y cucharitas de café, además de tenedores, copas y vasos de cristal, chocolateras, sartenes y saleros. Por ejemplo, hacia 1850, José Baliero poseía, en su tienda y almacén de Luján, trece docenas de tazas para caldo y seis docenas de tazas para café.⁴⁴ Resulta evidente que esta creciente diversidad de utensilios de cocina va de la mano de una marcada tendencia a definir la función específica de cada uno de estos elementos. Daniel Schávelzon ha señalado que los enseres cambian de función o de formas de uso por nuevas necesidades y según criterios étnicos y sociales.⁴⁵ Además, los cambios en los hábitos alimenticios están dados también por la impresionante variedad en cuanto a los materiales de la vajilla cotidiana registrada principalmente a mediados del siglo XIX. Con el transcurrir del siglo, las fuentes de lata y de peltre, y los platos de madera y de latón comenzaron a ser acompañados en los comercios y en las mesas rurales por una nueva vajilla, principalmente de loza, caracterizada por su variedad en cuanto a formas, tamaños y decoraciones.⁴⁶ Asimismo, los comercios minoristas son testigos también de la aparición de vasos y copas de cristal, jarros y jarras de loza que vienen a unirse a los ya existentes jarros de lata y de latón.

Las innovaciones producidas en este rubro se ven claramente al tomar en cuenta otros útiles de cocina presentes en los negocios rurales: desde 1835 comienzan a aparecer con mayor frecuencia molinillos de café, máquinas para calentar y tostar café, y como gran novedad, un aparato para hacer tallarines.

Vestimenta, calzado y artículos de mercería

El vestido siempre fue un medio para que el individuo se identificara socialmente. Además de las implicaciones sociales se puede relacionar a la indumentaria con prácticas culturales o estrategias económicas. Lo cierto es que a partir de la vestimenta nos formamos la primera impresión de nuestros semejantes. La ropa nos revela a través de la

⁴³ John Myers, *Viaje al Plata...*, *op. cit.*, p. 27.

⁴⁴ AGN Sucesiones 3943, Baliero, José, Guardia de Luján, 1850.

⁴⁵ Daniel Schávelzon, *Historias del...*, *op. cit.*, pp. 126-127.

⁴⁶ Para una mejor comprensión de este fenómeno, véase Daniel Schávelzon, *Historias...*, *op. cit.* Para entender mejor la irrupción de las lozas Creamware, Pearlware y Whiteware en el ámbito rural puede verse el interesante estudio de Fernando Brittez ya citado.

forma, el color, los materiales, la confección y la función, la condición social, los gustos, las posibilidades y las actitudes de quien la luce.

En 1846, la familia Hudson cruzaba con enseres y animales el arroyo Las Conchitas en dirección sur para instalarse en la estancia Las Acacias, cerca del pueblo de Chascomús. Con los recuerdos de esa época y muy lejos de la pampa argentina Guillermo Hudson nos legó su obra y su idealizado gaucho que fuera usado muchas veces como modelo del habitante de la campaña bonaerense:

“Los que son acomodados usan chupa o chamarra, chaleco, calzones, calzoncillos, sombrero, calzado y un poncho (...) y los peones, jornaleros y gente pobre, no gastan zapatos; los más no tienen chaleco, chupa, ni camisa, ni calzones, ciñéndose a los riñones una jerga que llaman chiripá, y si tienen algo de lo dicho, es sin remuda, andrajoso y puerco, pero nunca le faltan los calzoncillos blancos, sombrero, poncho para taparse y unas botas de medio pie sacadas de las piernas de los caballos y vacas”⁴⁷

En las diferentes descripciones recogidas aparecen cuatro prendas principales en la vestimenta gauchesca, a saber: poncho, chiripá, bota de potro y calzoncillo cribado.⁴⁸ A partir de la lectura minuciosa de los inventarios de los comercios rurales, trataremos de confirmar si siempre podremos vestir al hombre bonaerense con estas prendas o si admite algunas variaciones.

Andrés Carretero afirma que la proliferación de comercios dedicados a la venta de ropa con posterioridad a 1810 llegó a las pulperías. Algunas de éstas, por la cantidad de prendas que vendían se transformaron en una competencia seria para los negocios céntricos de la ciudad de Buenos Aires.⁴⁹

Analizando nuestra muestra podemos advertir que lo aseverado por Carretero para la ciudad también se cumplía en la campaña. En tres de cada cuatro inventarios de comercios minoristas analizados se han encontrado tasadas ropas y artículos de vestir.

Si tomamos, por ejemplo, las prendas que con mayor frecuencia se han encontrado en las sucesiones podríamos llegar a vestir al habitante de la campaña: calzoncillo – ancho calzón blanco de lienzo– sujeto por una faja ancha, camisa de zaraza –tela de algodón muy fina–, chaleco o chaquetón de paño, pañuelo al cuello, gorra o sombrero de castor –elegido por su impermeabilidad y larga duración–, un poncho de vicuña de manufactura criolla o bien uno de origen inglés, medias y botas.

El poncho –manta de dos varas y media de largo por algo menos de ancho, tejida con lana o algodón– servía como parte del recado de montar, manto y defensa de su dueño, y como escudo ante un enfrentamiento con cuchillos. Un cronista español comentó que *“la gente de campo de todas las clases usa siempre en todo tiempo esta prenda tanto en casa, como fuera, así a pie como a caballo. Es también propio de los peones y de toda la gente de servicio que lo visten muy ordinario.”*⁵⁰

⁴⁷ G. E. Hudson, *Allá lejos y hace tiempo*, Buenos Aires, Peuser, 1951.

⁴⁸ La designación de gaucho se hace extensiva a todos los pobladores rurales.

⁴⁹ Andrés Carretero, *Vida cotidiana en Buenos Aires. I Desde la Revolución de Mayo hasta la organización nacional (1810-1864)*, Buenos Aires, Planeta, 2000, p. 81

⁵⁰ Francisco Millau y Maraval, *Descripción de las provincias del Río de la Plata*, Buenos Aires-México, 1947, pp. 44-45.

Las denominaciones con las cuales se los inventarió varían según la zona y el material empleado en su fabricación. Así tenemos al poncho ordinario o poncho “pampa” confeccionado con la gruesa lana de las ovejas. También se tejían de hilo y algodón y hasta se vendían unos ponchos pequeños de verano que cubrían hasta la cintura llamados “calamacos”. En las sucesiones personales se tasaron otros tipos de poncho como el denominado “balandrán”, que sobrepasa las rodillas, llamado así por la semejanza con la “balandrana”, vestidura talar ancha con esclavinas que suelen usar los religiosos, y además el poncho de bayeta de lana floja y poco tupida.

Las provincias de Santiago del Estero, Córdoba, Catamarca y San Luis proveyeron con sus rústicos telares el material para la confección de estas prendas. También lo hicieron los indios pampas “cuyos tejidos se colocaban en los mercados coloniales y continuaron haciéndose presentes en todos los mercados regionales hasta fines del siglo XVIII”.⁵¹

Después de la revolución de Mayo, las telas más baratas importadas de Gran Bretaña tuvieron mas aceptación y tanto Buenos Aires como su campaña se vieron inundadas de los productos ingleses. Pese a la legislación proteccionista de 1835, “los ponchos ingleses abundan cada vez más, pero junto con ellos siguen encontrándose ponchos calamacos y pampas; tampoco para el resto de la vestimenta el predominio de la jerga inglesa parece demasiado evidente”.⁵² Lo aseverado por Halperin Donghi se verifica con los inventarios de los negocios rurales. José Baliero en 1850 vendía en su pulpería de la Guardia de Luján ponchos ingleses de variada confección, ya que podían ser finos o gruesos, cortos o largos, con o sin flecos, y ponchos calamacos o de vicuña; también lo hacía, para la misma época, Juana López en los pagos de Azul.⁵³ Si comparamos los precios, los ponchos chicos de paño o de vicuña (prenda de lujo preferida con los estancieros por ser más abrigada e impermeable) fueron tasados a \$80 cada uno, mientras que un poncho inglés corto valía en la pulpería de Baliero \$43 y en la de Juana López \$40. Pero el poncho calamaco, más económico, podía ser adquirido por \$15 y el poncho de apala por \$8.⁵⁴ También se debe tener en cuenta que un poncho calamaco se exportaba a \$30 y el poncho de apala a \$15.⁵⁵

La vestimenta de la época de Rosas puede reconstruirse recurriendo a los Partes de milicia de los fuertes fronterizos, que contienen información detallada sobre la ropa y la apariencia general de los sujetos que eran tomados prisioneros por diversas causas. De los 44 detenidos en el Fuerte de San Serapio del Arroyo Azul, según lo informado por el Comandante Pedro Rosas y Belgrano, diez lucían ponchos ingleses, nueve tenían ponchos “pampa”, cinco lucían “calamacos” y cuatro peones llevaban puesto ponchos de paño. Diez años después, otro informe de varios fuertes aclaraba que de los 58 detenidos, 27 portan ponchos de “apala”, 15 de paño y sólo 8 lucen los ponchos ingleses.⁵⁶ Como vemos, el poncho inglés no desplaza totalmente a la prenda de confección local.

⁵¹ Jorge Gelman, “El mundo rural en transición”, en Noemí Goldman (dir.) **Nueva Historia Argentina. Revolución, República, Confederación (1806-1852)**, Buenos Aires, Sudamericana, 1999, p. 77.

⁵² Tulio Halperin Donghi, **Revolución y guerra**, México. Siglo XXI, 1979, p.102.

⁵³ AGN Sucesiones N° 3943 Don José Baliero, Guardia de Luján, 1850; A.H.P.B.A. 39-1-7. Sucesión de Juana López, Azul, 1850.

⁵⁴ A.H.P.B.A. Legajo 39-1-7. Sucesión de Medina, Francisco, Azul, 1851.

⁵⁵ AGN Listado de precios de importación y exportación, informado por los corredores de número en enero de 1847. Sala X 17-8-4.

⁵⁶ AGN Partes de Milicia. Fuerte de San Serapio del Arroyo Azul, 1840; y Fuertes Chapaleofú, Pillahuinco, Indio Rico, Santos Lugares, Las Heras, 1850.

Durante el período estudiado, pueden observarse transformaciones sustanciales en la indumentaria del hombre de campo. El calzón es reemplazado por el chiripá indio,⁵⁷ descrito como un lienzo flojo –similar a un pañal– que iba entre las piernas sujeto a la cintura, ideal para andar a caballo. Debajo del chiripá, el calzoncillo blanco. Ambas prendas serán reemplazadas por la bombacha, prenda introducida por los inmigrantes hacia fines del siglo. También se impondrán los pantalones –de bayetón, casimir o corderoy, como los ofrecidos por don Víctor Carrasco en su pulpería de Balcarce.⁵⁸ Podemos destacar que se encontraron trece negocios que vendían pantalones frente a sólo seis que ofrecían chiripases, prendas de uso entre los hombres menos pudientes, ya que los hacendados siguieron usando el calzón de tipo hispánico hasta que lo reemplazaron por el pantalón desde 1850.

Retornando en nuestro análisis a los inventarios de los comercios de la campaña bonaerense llama la atención la cantidad y calidad de diversos productos. Una de las prendas más halladas ha sido el pañuelo. En 35 sucesiones fueron tasados pañuelos de diferentes telas y confección. En varios documentos fueron valuadas entre cinco y seis docenas de “pañuelos de seda” bajo la denominación “de Pekín”, “del Tíbet” o “de la India”, de diferentes tamaños (de mano, de cuello o rebozo) y variados colores, incluyendo a los infaltables “pañuelos de luto”. Los pañuelos eran usados tanto por las mujeres como por los hombres. El hombre de campo solía llevar un pañuelo de seda o de algodón, generalmente blanco o colorado, anudado al cuello con las puntas sueltas, también colocado sobre la cabeza, atado a ésta, a la marinera o corsaria o anudada bajo el mentón, “serenero”, siempre bajo el sombrero, o como vincha para sujetar las largas cabelleras. Para los corredores oficiales, los pañuelos del Tíbet fueron tasados entre \$14 y \$36. José Baliero los vendía en la Guardia de Luján a \$30 cada uno. Pero no todos los habitantes rurales compraban los productos importados. En los escaparates se ofrecían pañuelos más económicos a \$12, de regular calidad, como los vendidos por Francisco Medina en su pulpería de Azul en 1851. Otras prendas halladas son las capas, capotes o capatillos, gran cantidad de camisas y casacas.

También observamos gran cantidad de sombreros realizados en cuero de castor, paño o felpa, palma y los más sofisticados de “paja de Italia”. En las sucesiones personales se menciona a los económicos sombreros de “panza de burro”. En los partes de milicia del rosismo se hacen distinciones entre los presos por cómo lucen sus cabezas; por ejemplo, los indios están “en cabeza”, es decir que llevan sus cabellos al viento, mientras que los peones y jornaleros llevan “pañuelos atados”, “gorras de panza de burro” o “sombrosos de paja”. En general todos los paisanos llevan siempre la cabeza cubierta. Entre los estancieros es más común que aparezcan con “gorras de paño azul o punzó” y gorretas.

Una última observación en el vestuario masculino: es notable la ausencia de “calzoncillos cribados” tanto en las sucesiones personales como en los inventarios de los negocios. Podemos suponer que no era una prenda de uso diario y sólo se la lucía en acontecimientos especiales. Sí se hallaron, en algunas tiendas, varias yardas de “cribas” y flecos, lo que nos hace pensar que se compraban los calzoncillos comunes a los que

⁵⁷ En la lengua quichua *chiri-pac*, significa “para el frío”.

⁵⁸ AGN Sucesión N° 4998, Don Víctor Carrasco, Balcarce, 1870.

posteriormente se le agregaba el tan mentado adorno. Es decir, con las cribas se embellecían prendas ya existentes. Por otro lado, sabemos que estos accesorios calados eran tejidos en el litoral para ser posteriormente vendidos en Buenos Aires.

El costurero de la pampa: telas y artículos de mercería

La ausencia de prendas femeninas en los inventarios de pulperías nos advierte sobre la confección casera de las mismas (lo cual no implica descartar que la ropa masculina también sea realizada en el ámbito doméstico), verificada por otro lado con la variedad de telas y accesorios ofrecidos por estos negocios—devenidos en *mercerías rurales*. Aunque a partir de 1840-1850 aproximadamente aparecen artículos definitivamente femeninos como medias, guantes, boas, mantillas y chales. Y nos sorprendemos ante la presencia de corsés, finos abanicos y voluminosos miriñaques. No abundan pero tampoco son ignorados. En las sucesiones personales la ropa de las mujeres es muy sencilla, en general polleras, camisas y rebozos⁵⁹ de telas baratas como la bayeta y el camellón o la angaripola.

Esta especificidad en los productos femeninos fue acompañada por la construcción de un mercado para los niños. Si bien a principios del siglo XIX no se encuentra ningún tipo de referencia vinculada a ellos, sí comenzará a haberla hacia 1840. No sólo en lo que respecta a la ropa, sino también en lo que se refiere a útiles escolares y juguetes.

La confección de la ropa en los hogares rurales se verifica no sólo con la variedad de telas sino con los artículos de mercería como agujas, alfileres, botones, broches, cintas, hilos, puntillas, tijeras, y hasta dedales que llenaban los escaparates de las pulperías y almacenes de la campaña. Si comparamos los precios, la libra de hilo de ovillo importado valía en 1847 de \$20 a \$24, mientras que el hilo de ovillo “del país” se podía conseguir a \$10 la libra. Otras mercaderías que abundan son las cintas, coletas, flecos, puntillas y trencillas que eran usadas para embellecer las prendas. Poco usual, ya que sólo en un negocio se halló acero para confeccionar los miriñaques.⁶⁰

Antes de 1810 los textiles que llegaban al Río de la Plata eran de alta calidad: paños de lana y seda; pero en la década siguiente las telas más baratas, las de mediana calidad, que imitaban a las costosas tuvieron una gran aceptación: “ya en 1814, se importaban de Gran Bretaña tres millones de yardas de calicó y muselina, las cifras van a crecer mucho más, pero ya en ese momento el textil barato ha obtenido su victoria”. Para 1824 “los comerciantes británicos señalaban que el mercado consumidor de sus importaciones se concentraba en Buenos Aires y su inmediata campaña”.⁶¹

Las telas más solicitadas en la campaña bonaerense eran la zaraza—tela ordinaria de algodón muy ancha y fina—, la bayeta y el bayetón que eran telas de lana, la primera poco tupida y la segunda de mucho pelo, también el bramante—de hilo grueso—, paño de color azul o punzó con el que se confeccionaban los uniformes, y los sofisticados tercio-

⁵⁹ El rebozo media dos varas y media de largo por una de ancho y se empleaba del mismo modo que la mantilla, es decir, se usaba cubriendo la cabeza y el cuello, cayendo sus extremos sobre el pecho. Para sostenerlo no se usaba broches ni alfileres. El rebozo se confeccionaba con bayeta de pellón, que era una trama tejida en telares domésticos, casi siempre de las provincias del noroeste.

⁶⁰ AGN Sucesiones N° 4011, Antonio Beguerestain, Pila, 1868. Se llamaba miriñaque a la tela rígida o almidonada que a veces con un armazón metálico, se llevaba bajo las faldas para darles vuelo.

⁶¹ Tulio Halperin Donghi, *op.cit.*, pp. 101 y 103.

pelo, damasco y seda. Otras telas que figuran en los inventarios son: el brin, el calamaco (de confección local), el casimir, la espumilla, la franela, el lienzo, el Pequín, el percal y el tartán.⁶²

Entre las telas también figuran las jergas, mantas gruesas que se colocaban debajo de la silla de montar y que el hombre de campo usaba muchas veces como colchón. A pesar de las restricciones aduaneras, las jergas inglesas llegaron a los mercados rurales, pero estas convivieron con las jergas pampas y con las cordobesas. En la pulpería de José Baliero se vendían las jergas inglesas de lana a \$55 cada una, mientras que las cordobesas se podían obtener a sólo \$6 por unidad. En el momento de efectuar el inventario había en stock sólo cuatro jergas inglesas frente a 27 cordobesas.

Dime cómo te calzas y te diré quién eres

El calzado también constituía un rubro importante y variado entre los productos a la venta en los comercios rurales. En 35 inventarios de negocios rurales fueron tasados calzados. Llama la atención que predominen los zapatos, sobre las botas o los botines y las alpargatas. El calzado era, por lo general de cuero de becerro, diferenciándose el cosido del “claveteado” y distinguiéndose, por ser de mejor confección el zapato o la bota que además de estar clavada era cosida. Diferimos de Carretero cuando asegura que el calzado masculino se “pulía con el uso, pues no se conocían las pomadas lustradoras”.⁶³ No sólo que en la campaña se vendían botas o botines de charol (cuero barnizado) o de “tafilete” (cuero delgado, bruñido y lustroso) sino que en doce de los documentos sucesorios se han inventariado tarros de betún. También volvemos a encontrar, como ocurría con la ropa, la presencia de artículos como botines o zapatos que son específicamente para señoras y para niños. Este detalle nos indica que las mujeres y los niños comienzan a ser considerados en el mercado consumidor y su presencia es tan importante como la del hombre.

De la lectura de los partes de milicia y los inventarios personales nos permitimos hacer una distinción de grupos sociales a través del calzado. Los indios, jornaleros o peones de estancia podían estar “descalzos” o bien usar “botas de potro”. Este tipo de calzado, de confección casera, ha sido profusamente nombrado y descrito por la mayoría de los viajeros, tanto por su utilidad como por su originalidad. Así las describió John Beaumont: *“Los habitantes de la campaña hacen también botas de potro con las patas traseras de los potrillos, cortando éstas en redondo a la mitad del muslo y también a unas nueve pulgadas sobre el menudillo; después de ese corte sacan el cuero. La parte superior forma la caña de la bota; el corvejón forma el talón y el resto cubre el pie, aunque con un agujero en la punta por donde asoma el dedo mayor del mismo pie”*.⁶⁴

⁶² Brin: tela ordinaria y gruesa de lino; calamaco: tela de lana delgada y angosta; casimir o cachemir: tela tejida con pelo de cabra de Cachemira, región del Tíbet; damasco: tela de seda con dibujos formados con el mismo tejido; espumilla: tejido delicado a modo de crespón; franela: tejido de lana o algodón con pelusa en una de sus caras; lienzo: tela de algodón, cáñamo o lino; Pequín: tela de seda, parecida a la sarga y que se traía de China; percal: tela de algodón y ligamento de tafetán, utilizada para vestidos de poco precio; y tartán: tela de lana con cuadros y listas cruzadas de diferentes colores.

⁶³ Andrés Carretero, *op.cit.*, p. 76.

⁶⁴ John Beaumont, *Viajes por Buenos Aires, Entre Ríos y la Banda Oriental*, Buenos Aires, Ateneo, 1935, p. 83.

Según Slatta, cuando el ganado cimarrón empezó a escasear, los estancieros comenzaron a oponerse al uso de las botas de potro. Sin embargo, se las ha encontrado inventariadas hasta después de Caseros. En la segunda mitad del siglo XIX, las botas de potro serán reemplazadas por las alpargatas. Hacia 1860, don Luis Silva vendía en su “casa de negocio” botas, botines y zapatos, además de contar con “ocho pares de alpargatas”.⁶⁵

El negocio desconocido: lo raro, lo exótico y lo inusual

El tema de la falta de higiene de los habitantes de la campaña fue común en todos los relatos de viajeros, es especial el de los ingleses que siempre habían mantenido un juicio implacable “sobre la extrema suciedad personal de los españoles y su poca afición a las abluciones de cualquier tipo”.⁶⁶ John Miers narra en 1819:

*“Es tal la suciedad de esta gente que ninguno de ellos ha pensado en lavarse la cara alguna vez y muy pocos lavan o componen sus ropas una vez que se las ponen, las conservan en uso día y noche hasta que se rompen”.*⁶⁷

Sin negar la porción de verdad de este juicio, nos sorprende que en los inventarios de los comercios de campaña se encuentren tantos artículos de tocador. Destacamos la cantidad y variedad de jabones –amarillos, blancos y negros–; el agua de olor o colonia y los aceites como el de “almendras”, “de olor” o “para el pelo”, además del aceite de castor. El aceite de castor tenía muchos usos: era un buen linimento para los dolores articulares, musculares o torceduras; se tomaba como purgante y depurativo y también se utilizaba para impermeabilizar ciertas telas.⁶⁸

También se destacan otros artículos como peines, cepillos (para la barba o para las uñas), hebillas, horquillas y peinetas para el pelo, espejos de distintos tamaños, cortaplumas y navajas.

No todos, pero algunos habitantes de la campaña se preocuparon por su higiene personal. En doce negocios se vendieron escupideras, con o sin tapa, de lata, latón o loza. Las palanganas se usaban para lavarse y afeitarse y los lebrillos para la higiene personal o bien para la limpieza de la casa.

En algunas casas rurales la limpieza se lograba con la ayuda de escobas y plumeros, y como los ratones pululaban las trampas se hacían necesarias. Estas “rarezas” no abundaban en los escaparates de los negocios, sólo había una o dos unidades, con excepción de las escobas que se tasaron por docena. Es probable, si jugamos un poco con la imaginación, que las dueñas de estos mismos hogares fueron las que compraron flores artificiales, floreros y hasta figuras de porcelana.

Además de los productos que hemos mencionado en los distintos rubros, las pulperías y almacenes rurales vendían otros de la más diversa índole. Los devotos podían

⁶⁵ AGN Sucesiones N° 3966, Don Luis Silva, Bahía Blanca, 1860. La alpargata era una zapatilla de fuerte loneta con suela de cuerda de yute o cáñamo.

⁶⁶ N. Porro, J. Astiz y M. Rospide, *Aspectos de la vida...*, p. 80.

⁶⁷ John Myers, *op.cit.*, p. 101.

⁶⁸ León Benarós, “Las boticas de antaño”, *Todo es Historia*, Buenos Aires, n° 33, enero 1970, p. 29.

comprar rosarios, imágenes en yeso de la Virgen o La Novena de San Antonio y los pescadores líneas y anzuelos de fabricación local o inglesa.

Los niños podían divertirse con figuritas y otros juguetes. En 1868, Juan Bautista Achiari exponía en su negocio un “caballito de madera”, y dos “muñecas vestidas” seguramente para los hijos de algún rico propietario rural.⁶⁹

Los lectores podían adquirir libros y los niños, que estaban aprendiendo a escribir, pizarras, tinta (contenida en botellas o botellitas) con su repositorio obligado para el momento de su uso: el tintero. Y si hablamos de tinta debemos mencionar las plumas “de aves” o “de acero” para poder escribir, sin dejar de lado los lápices y las lapiceras.

Entre las rarezas encontradas, podemos mencionar a las “jaulas para pájaros” y las “cadenas para perro”. De lo raro pasamos a lo común; esperábamos encontrar y fue posible (aunque pocos) boleadoras y facones. Y por supuesto, cohetes y artículos de pirotecnia, destinados para las grandes fiestas y conmemoraciones patrias.

Según Carlos Mayo, “el juego llegaba a todos los estratos sociales en el período colonial tardío y en los años posteriores a la emancipación. En 1810 se vendieron más de 60.000 mazos de naipes y la lotería, en su apogeo, involucraba a buena parte de la población urbana”.⁷⁰ Se jugaba en todas partes; en la ciudad y en el campo, en los salones de la *élite* y en un rancho miserable, y en todo momento, no sólo en los períodos de inactividad sino también en plena cosecha. Por eso, don Luis Silva ofrecía en su pulpería el popular “juego de lotería”,⁷¹ y en otros negocios fue muy común la venta de naipes españoles o franceses y barajas del país.

Sin lugar a dudas, otro gran pasatiempo fue la música. En diez negocios fueron tasadas guitarras. No hemos tenido en cuenta las guitarras que pertenecían al negocio. En general, en cada pulpería siempre había una guitarra a mano. Asimismo se compraban en los comercios rurales bordonas de plata españolas y cuerdas para guitarra, algunas veces de procedencia chilena.

Esta diversidad de mercancías y productos ofrecidos en los comercios rurales nos hacen pensar en una estructura de consumo de la sociedad rural mucho más compleja de lo que se suponía. Hacia mediados del siglo XIX, nos enfrentamos a un proceso dinámico de transformación y modernización del mundo rural, que se traslada al espacio de lo cotidiano. Fernando Brittez plantea que “...la cultura material asociada a la modernización agraria fue en cierta forma su causa y efecto. Los actores sociales usaron conscientemente los bienes materiales para construir y mostrar status, pero a su vez estos operaron sobre el individuo, instalando y reproduciendo las conductas asociadas al capitalismo industrial.”⁷²

Conclusiones

El análisis pormenorizado del comercio minorista ha servido de soporte para la presentación de las pautas de consumo y del perfil de la cultura material del mundo rural

⁶⁹ AGN Sucesiones N° 3563. Juan Bautista Achiari, Salto, 1868.

⁷⁰ Carlos Mayo (dir.) **Juego, Estado y sociedad en Buenos Aires (1730-1830)**, La Plata, Editorial de la UNLP, 1998, pp. 156-157.

⁷¹ AGN Sucesiones N° 3966. Luis Silva, Bahía Blanca, 1860.

⁷² Fernando Brittez, “La comida y las...”, *op.cit.*, p. 199.

bonaerense en el período tardocolonial. No se trata de un comercio que determine las características generales del consumo, pero permite realizar la configuración de rasgos que brindan detalles acerca de procesos difíciles de asir desde otros puntos de vista.

Tasaciones e inventarios han sido el eje principal por el que ha sido generada esta mirada. Desde ella se presenta una realidad alejada de la que consideraba a los comerciantes minoristas —y los pulperos en particular— como meros proveedores de las necesidades básicas de la población de la campaña. La cual era vista, por otra parte, sin ningún refinamiento; en armónica pareja con el *desértico* entorno en el que se encontraba.

El análisis del stock de mercancías presentado en las tasaciones pone en evidencia una gran cantidad y variedad de artículos, de distinta calidad, precios y procedencia. Tanto en el universo de casos de los rubros más conocidos como en los que se han presentado en el trabajo.

La variedad de mercancías y la naturaleza de algunos de los productos nos hacen pensar en una estructura de consumo de la población rural mucho más rica y compleja de lo que se suponía: no sólo en contraste con las lecturas de la literatura costumbrista y los relatos de cronistas, sino también de la de parte de la historiografía contemporánea. La nueva imagen invita a replantearnos muchas cuestiones relacionadas con los usos y costumbres de aquellos habitantes. Se trata de un mundo algo alejado de la homogénea y uniforme rusticidad brindada por el cuadro de la *edad del cuero*.

Estas reflexiones no suponen licuar las diferencias que se pueden haber desprendido de las pautas de consumo de la campaña en comparación a las del mundo urbano, pero sí permiten considerar que se trata de un mercado consumidor variado. No sólo por su poder adquisitivo, sino también por sus gustos y elecciones. No todos los habitantes de la campaña se destacaron por su aspecto desaliñado y sucio. La abundancia de artículos de limpieza como jabones, colonia, aceites, palanganas y hasta escupideras nos hace suponer que algunos pobladores se preocuparon por mantener cierta higiene. Arribamos a la misma conclusión cuando encontramos inventariadas escobas, plumeros y baldes.

La presencia de cuchillos, cucharas, platos y vasos nos invita a confirmar que no todos comían con las manos, sentados en el piso, ya que algunos se preocuparon por presentar una mesa bien servida.

En este sentido resulta significativo el hecho de que la *distinción* generada por el consumo de productos refinados no es mucho más cara que la que acompaña otras prácticas de acceso al mercado. Comer en platos de loza con tenedores y cuchillos es algo más oneroso, pero no demasiado. Podemos afirmar que las diferencias en las prácticas de consumo son más bien construcciones culturales, y no tanto resultado de decisiones económicas.

Después de la revolución, las telas más baratas importadas de Gran Bretaña tuvieron más aceptación, y tanto en Buenos Aires como en su campaña se encuentran productos ingleses. Pero la producción local no fue desplazada de los negocios. En algunos casos, los artículos de manufactura local fueron más baratos que los importados. Pero ello, en complemento con el retraining de la imposición de las pautas de la moda porteña, no implicó el quiebre y la ruptura de las formas ya conocidas de comercialización.

Como ya hemos visto en el análisis específico de otros productos, durante el siglo XIX la composición de la dieta rural evidenció marcados cambios, principalmente en cuanto a la calidad, procedencia y variedad de los artículos, en función de la introduc-

ción paulatina de nuevas mercaderías y la diversificación de las ya comercializadas. Queda claro que los alimentos y los modos de comer están culturalmente determinados y su consumo varía en el tiempo. En todo el período estudiado, puede vislumbrarse un decreciente peso de los productos regionales –como los vinos cuyanos y de la tierra– a partir de la segunda mitad del siglo XIX en favor de una mayor afluencia de bebidas importadas.

En líneas generales, hacia principios de siglo la diversidad de alimentos ofrecidos al público en los negocios rurales da cuenta de una dieta rica y variada, que se complejiza aún más cuando comienzan a aparecer otros artículos más sofisticados y de variadas calidades. Muchos de aquellos productos lentamente desaparecen de los estantes de las pulperías, para que en su lugar comiencen a introducirse, principalmente desde 1840, nuevas variedades y orígenes de mercaderías ya conocidas. La diversificación fue más acentuada en las infusiones, con la aparición de café en rama, café en grano, café molido, té negro, té perla, que reemplazaron el consumo habitual de chocolate. Pero la ampliación de la oferta en los comercios rurales parece no tener límites, y hacia 1860 entran en escena los dulces, las confituras, nuevas variedades de especias, que serán comercializadas junto a conservas, sardinas, bacalao, aceitunas, ostras y hongos secos.

A lo largo del período analizado se ha destacado como punto de inflexión lo sucedido en torno a las décadas del cuarenta y del cincuenta del siglo XIX. En ese proceso confluyeron una serie de cambios que se han caracterizado en forma significativa. El hecho de que se expanda la venta de artículos (prendas y calzados) confeccionados –exclusivamente– para mujeres y niños es un ejemplo relevante de ello. Ambos comienzan a ser importantes dentro del mercado consumidor. Junto a ello se presentó una importante inflexión en la especificidad a la que estos comercios se encontraban dirigidos. Los comercios minoristas de mediados del siglo XIX han relegado pautas y configuraciones que caracterizaron a las pulperías de fines del siglo XVIII.

No será tarea sencilla develar cuáles son las articulaciones de estos cambios con los del mundo sociopolítico; así como cabe interrogarse si las transformaciones en las pautas del mercado fueron ocasionadas por una renovadora demanda, o bien por el perfil ofertado por los comerciantes. El esclarecimiento de dichos interrogantes deberá ser planteado en un análisis de mayor alcance, en el que se articulen las características de este comercio, las pautas de uso de dichos productos y los diferentes modos en que los diversos grupos implicados se integran en dichas relaciones.