

El ejercicio del comercio minorista rural:
Cambios y continuidades en las prácticas mercantiles.
Buenos Aires, 1760 – 1870.

SIMPOSIO: COMERCIO Y COMERCIANTES: AGENTES, REDES Y CRÉDITO, SIGLOS XIX Y XX. Organizadores: Alejandro Fernández (zombeca@sinectis.com.ar) Universidad Nacional de Luján y Andrea Lluch (andrealluch@cpenet.com.ar) Universidad Nacional de La Pampa.

CARLOS MAYO, ANGELA FERNÁNDEZ, LAURA CABREJAS,
DIANA DUART, JOSÉ BUSTAMANTE, JULIÁN CARRERA,
DANIEL VIRGILI, MATÍAS WIBAUX*

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 “exótico” con el que se propusieron describir regiones relativamente desconocidas, reflejó en muchas oportunidades prejuicios raciales o de clase.¹

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 han hecho 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.

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, que han intentado romper con aquellas imágenes y estereotipos de la vida rural presentadas por Ricardo Rodríguez Molas y Richard Slatta².

* Grupo de Investigación Sociedad y Estado. Departamento de Historia. Facultad de Humanidades. Universidad Nacional de Mar del Plata.

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

² Hacemos referencia a los siguientes trabajos: Rocchi, Fernando, “Consumir es un placer: la industria y la expansión de la demanda en Buenos Aires a la vuelta del siglo pasado” en *Desarrollo económico*, vol. 37 n. 148, 1998. Mayo, Carlos (dir), *Pulperos y pulperías de Buenos Aires 1740-1830*, UNMDP, Mar del Plata, 1996 y Mayo Carlos A., “La frontera; cotidianidad, vida privada e identidad” en Devoto, F. y Madero, M. (comp.), *Historia de la vida privada en la argentina*. Tomo I. Jorge Gelman, “Los caminos del mercado; campesinos, estancias y pulperos en una región del Río de la Plata colonial”, en: *Latin American Research Review*, XXVIII, 2, 1993. Garavaglia, J. C., “Ámbitos, vínculos y cuerpos. La campaña bonaerense de vieja colonización” En: Devoto, F. y Madero, M (comp.), *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”, en: *Anuario IEHS*, 9, 1994. Cicerchia, Ricardo, *Historia de la vida privada en la Argentina*, Edit. Troquel, Buenos Aires, 1998. Remedi, Fernando, *Los secretos de la olla*, Centro de Estudios Históricos, Córdoba, 1998. Respecto a la visión tradicional, ver: Ricardo Rodríguez Molas, *Historia Social del gaucho*, Buenos Aires, Editorial Maru, 1968; Las Pulperías, En: La vida de nuestro pueblo, Centro Editor de América Latina, 1982. Richard Slatta,

Dentro de este panorama, la arqueología histórica – en la que se destacan las interesantes investigaciones de Daniel Schávelzon y Fernando Brittez³ – también ha contribuido enormemente al análisis de la cultura material y a la reconstrucción de la dieta básica de los habitantes rurales.

En trabajos anteriores del grupo Sociedad y Estado, el análisis de otras fuentes como 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.⁴

En la investigación mayor se han relevado 115 casos en los que los 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, debiendo ser valorada por las dificultades en hallar y sistematizar estos expedientes tanto por la riqueza de información que poseen.

Para el análisis de los productos en venta se utilizarán sólo sesenta y cinco documentos de dicho conjunto⁵. El lapso temporal analizado cubre de 1760 hasta 1870, el espacio geográfico al que se hará referencia es la campaña y frontera de Buenos Aires.

“Pulperías and contraband. Capitalism in Nineteenth century, Buenos Aires Province”, En: *The Americas*, XXXVIII, febrero 1982; *El gaucho y el ocaso de la frontera*, Editorial Sudamericana, Buenos Aires, 1985.

³ Nos referimos a Schávelzon, Daniel (2000): *Historias del comer y del beber en Buenos Aires*, Aguilar, Buenos Aires y Brittez, Fernando: Brittez, Fernando: “La comida y las cosas: una visión arqueológica de la campaña bonaerense de la segunda mitad del siglo XIX”, En: Mayo, Carlos (dir): *Vivir en la frontera. La casa, la dieta, la pulpería, la escuela (1770-1870)*, Edit. Biblos, Buenos Aires, 2000.

⁴ Véase Carlos Mayo, Angela Fernández, Diana Duart, Carlos Van Hauvart, Julieta Miranda, Laura Cabrejas, Vanesa Velich y Daniel Virgili, “Pulperos y pulpería rurales”, en: Carlos Mayo (Director), *Pulperos y pulperías de Buenos Aires (1740 – 1830)*, Buenos Aires, Editorial Biblos (2ª edición), 2000 y Daniel Virgili, “Las esquinas de la pampa. Pulperos y pulperías (1788 – 1865), en Carlos Mayo (editor), *Vivir en la frontera (1770 – 1870)*, op. cit.

⁵ Las razones que justifican el recorte están dadas por el procesamiento que se está llevando adelante de la información restante. Los casos más tempranos analizados – de fines del siglo XVIII – se vinculan a la zona de antiguo doblamiento, mientras que sólo en los casos más tardíos se encuentra información de sitios avanzados en frontera: **AHPBA**, L 39-1-7, Medina, Francisco, Azul, 1851. **AGN**: Suc. 3514, Aberasturi, Feliciano, Quilmes, 1856. Suc. 3563, Achiari, Juan Bautista; Salto; 1868. Suc. 3495, Aguirre, Pedro Antonio, Villa del Luján, 1841. Suc. 3545, Albarracín de Davel, Balbina, Cañuelas, 1865. Suc. 3482, Amante, Juan, San Vicente, 1830. Suc. 3525, Amorín, Francisco, Tandil, 1860. Suc. 3507, Aristegui, Anselmo, Barracas. Cuartel 1º de Campaña, 1848. Suc. 3518, Arrieta, Manuel, Dolores, 1857. Suc. 3522, Aspeitfa, Casimiro, Villa del Luján, 1859. Suc. 3487, Astoreca, Domingo, Navarro, 1835. Suc. 3480, Auli, Andrea, Morón, 1827. Suc. 3474, Ayala, Francisca, Matanza. Partido de Morón, 1819. Suc. 3943, Baliero, José, Guardia de Luján, 1850. Suc. 4011, Beguerestain, Antonio, Pila, 1868. Suc. 4857, Borges Correa Leme, Francisco, Quilmes, 1833. Suc. 4013, Botet, Pedro, San José de Flores, 1868. Suc. 4937, Cabral, Francisco, Saladillo, 1865. Suc. 4866, Cadelago, Luis, Salto, 1843. Suc. 4919, Camp de Pradells, Olegario, Carmen de Cañuelas, 1862. Suc. 4869, Caminos, Juan, San José de Flores, 1844. Suc. 4862, Cardón, Vicente, Pergamino, 1838. Suc. 4861, Carrado, Manuel, Dolores, 1838. Suc. 4998, Carrasco, Víctor, Balcarce, 1870. Suc. 4844, Casco, Benedicto, Guardia de Luján, 1821. Suc. 4851, Castelo, Manuel María, San Vicente, 1830. Suc. 4950, Castino, José, Villa del Luján, 1866. Suc. 4959, Cethier, María, Moreno, 1867. Suc. 4930, Churruca, Miguel, Azul, 1864. Suc. 4881, Crisol, Juan, Arrecifes, 1852. Suc. 4859, Crouthén, José, Carmen de Patagones, 1837. Suc. 4863, Cruz, Antonio, Pilar, 1837. Suc. 4869, Cháves de Cascallares, Manuela, Lobos, 1846. Suc. 4919, Chavez, Juan Antonio, Dolores, 1862. Suc. 5414, Damestoy, Juan Antonio, Barracas al Sud, 1856. Suc. 5435, Dasso, Catalina, Chivilcoy, 1868. Suc. 5414, Díaz, Catalina, Bahía Blanca, 1859. Suc. 5409, Díaz, Pedro José, San José de Flores, 1848. Suc. 5412, Diz, José, Magdalena, 1855. Suc. 5708, Ferrer, Juan, Exaltación de la Cruz, 1854. Suc. 8141, Fontan, Alberto, San José de Flores, 1810. Suc. 6500, Lois, Juan, Lobos, 1834. Suc. 6780, López, Juan, Arrecifes, 1822. Suc. 4931, Martínez de Cuel, Las Flores, 1864. Suc. 6781, Miguens, Felipe, Las Conchas, 1818. Suc. 6781, Muñoz, Francisco, Las Conchas, 1821. Suc. 7384, Puyoll, Carlos, Ensenada, 1802. Suc. 7303, Olivera, Antonio, La Seca. Rauch. Olivera, Antonio, La Media Luna. Necochea, 1870. Suc. 6503, Rauch Lozano, Francisco, Magdalena, 1814. Suc. 5888, Rocha, Francisco Bergaro, Juan., San José de Flores, 1862. Suc. 7780, Rodríguez, Estefania, Luján, 1812. Div. Colonia Trib. Sala IX-42-1-7, Rodríguez, Manuel. Patiño, José, Chascomús, 1787. Suc. 8141, Sánchez, Antonio, Arrecifes, 1812. Suc. 8411, Sánchez, Mateo, Luján, 1764. Suc. 8143, Sayos, Marcelino, San Fernando de la Buena Vista, 1817. Trib. Comercial B nº 19, Sierra, Manuel, Tandil, 1851. Suc. 8413, Silva, Juan (de), Arrecifes, 1778. Suc. 3966, Silva, Luis, Bahía Blanca, 1860. Div. Colonia Trib. Sala IX-40-6-6, Souza, Thomas Cognet, Francisco, Parroquia Na. Sa. del Buen Viaje. Cañada de Morón, 1786.

Nos interesa en este punto dejar en claro las diferentes denominaciones con que fueron designados los comercios minoristas pampeanos. Algunos autores⁶, al igual que los viajeros, han empleado 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, si 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 período⁷. 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 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 el de tiendas y el otro el de almacenes y pulperías.⁸ 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 en el lugar.

Lo cierto es que a partir de mediados del siglo XIX el mundo rural experimentó cambios, y junto a ellos su comercio. La pulpería de 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”, “casa de trato” y “casa de negocios” dando origen a los legendarios almacenes de ramos generales de fines del siglo XIX. Este proceso de reconfiguración puede advertirse en el gráfico que continúa:

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

⁶ Bossio R., *Historia...*, op. cit. Rodríguez Molas, *Las pulperías*, op.cit. Slatta, R., *op. cit.* Kinsbruner, J., *Petty Capitalism in Spanish America. The pulpers of Puebla, Mexico City and Buenos Aires*, Londres, Westview Press, 1987.

⁷ Pilar González Bernaldo, “Las pulperías de Buenos Aires; historia de una expresión de sociabilidad popular” en, *Siglo XXI, Revista de Historia*, México, Instituto Mora, 1993, p.33.

⁸ Registro Estadístico de Buenos Aires, 1854, Tomo 1, Imprenta de la Tribuna, Buenos Aires, 1858.

1870	-----	3
SUMA	27	38

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

Estas alusiones a los diversos modos en que los comercios minoristas son designados se articulan, como veremos más adelante, 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.

En primer término nos ocuparemos de la pulpería en sí, es decir de tratar de descubrir cómo era el lugar donde se desarrollaba este comercio minorista. A tal fin compararemos la descripción realizada en un inventario -correspondiente a un documento sucesorio-, con la particular visión de un visitante de las pampas argentinas, el agrimensor francés Narciso Parchappe.

La pulpería de Pablo Gomes, ubicada en Lobería, es descripta de la siguiente manera:

“Un rancho que sirve de almacén con 43/4 vs. de largo y 3 varas de alto por costado con dos moginetes; piso de ladrillo cocido, pared doble de adobe crudo; cumbrera de palma; con maderas de tabla, y caña brava; una puerta de dos hojas, ord^a. madera de cedro; una ventana de pino de una vara de alto y una de ancho reja de yerro_fechos en deterioro el caballete”⁹

Podemos observar, así, el tipo de construcción y los materiales empleados; mientras que en el relato de Parchappe daremos cuenta de los diferentes espacios que completaban el conjunto y su especial ubicación en el contexto rural.

“ [a orillas del río Salado]...me puse a examinar la casa de nuestro hospedero. Se componía de dos cuerpos de edificio paralelos: el mayor tenía una alcoba, una sala, un depósito y la pulpería y el otro la cocina y un cuarto para sirvientes. El aguilón sobre el cual se encontraba la puerta de la pulpería estaba bajo el abrigo de la prolongación del techo que, avanzando cuatro o cinco metros en voladizo, cubría un espacio destinado a recibir a los bebedores, cuando la reunión era muy numerosa para caber en el interior; un banco de albañilería se encontraba a cada lado de la puerta, siendo allí donde se sientan comúnmente los guitarristas y los cantores, personajes principales e indispensables de estas reuniones. El espacio entre los dos cuerpos de edificio estaba nivelado y apisonado y el todo cerrado por una zanja cuadrada, ancha y profunda, en cuyos bordes interiores se elevaba una cortina de álamos. En uno de los ángulos del cuadrado se veía un horno esférico construido con ladrillos secados al sol [adobes] sobre una pequeña plataforma de medio metro de elevación encima del piso; horno destinado no sólo al consumo de la casa, sino también y principalmente al comercio de la pulpería donde se consume mucho pan, pues los pulperos son casi los únicos panaderos de la campaña...”¹⁰

Muchos relatos de viajeros abundan en los detalles correspondientes a las existencias en el interior del local, es así que nunca dejan de mencionar los consabidos estantes, atiborrados de diversos productos, los cuales son constatados en los inventarios de los comercios y que abordaremos más adelante al tratar las mercaderías en venta, pero cabría por ahora, mencionar lo correspondiente a los denominados “trastos de pulpería”, entre los cuales se destacan un par de balanzas romanas, embudos, vasos de diversos tamaños (a modo de medidas), y ocasionalmente junto al mostrador las “vidrieras”, que

⁹Caso correspondiente al año 1847; AGN Sucesiones 5703

eran expositores, a modo de vitrina, de algunas golosinas especiales, tales como confituras o paletas de miel, entre otras. A modo de ejemplo, la pulpería de Pedro Martín Castells contaba con los siguientes enseres: “*medias pipas vacías, cuarterolas, tinas de medir vevidas, romanas, farol p^a. esquina, balde, banquillos, escalera, quinqué, tarros, cajones y bolsas varias, barriles, barricas y tercios vacíos, mesa para picar tabaco con cuchillo, regadera, pala de uso, juegos de medidas*”, entre otros productos.¹¹

El análisis de los inventarios nos permite afirmar que los efectos hallados en los comercios minoristas de la campaña, a lo largo del período, resultan de una notable variedad y permiten cambiar la imagen arquetípica de lo que fue una pulpería o bien un almacén, icono 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 relacionados con la indumentaria – ropa, telas y calzado -, artículos de mercería, limpieza, lumbrería, tocador y ferretería, menaje, herramientas y medicinas, papel y tabaco, todos ellos en muy diversa variedad y cantidad.

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.

La lectura minuciosa de la documentación nos ha abierto la puerta a un amplio universo de productos alimenticios comercializados en los negocios rurales, entre los que se destacan el arroz, los fideos, la harina, la fariná, 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 fariná, 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 -, mantiene 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 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 Cardón¹² poseía en su pulpería de Pergamino quince arrobas y

¹⁰ Parchappe, Narciso, *Expedición fundadora del fuerte 25 de Mayo en Cruz de Guerra, año 1828*, Buenos Aires, EUDEBA, 1977, pág. 104

¹¹ A.G.N. Suc. 4864. Pedro Martín Castells, Chascoús, 1840.

¹² Archivo General de la Nación (en adelante A.G.N.) Sucesión 4862, Vicente Cardón, Pergamino, 1838.

18 libras de arroz – más de 165 kilos – esperando por sus próximos compradores.¹³ Otros de los productos que se mantuvieron estables durante todo el siglo fueron el almidón, las pasas y la fariná. 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 ofrecen a la venta desde 1764 hasta 1870 en los comercios minoristas, apareciendo en 33 oportunidades. En este caso, 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 son 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.¹⁴

La fariná, 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 fariná para vender a sus vecinos de Carmen de Patagones.

Los fideos secos son artículos que la historiografía tradicional se olvida 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 los 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 cuartilla¹⁵ – cerca de 620 kilogramos – de sal común, en su pulpería de San Fernando de la Buena Vista.¹⁶ 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

¹³ Una arroba consta de 25 libras y es equivalente a aproximadamente 11 kg., ya que una libra equivale a 454,4 gramos.

¹⁴ A.G.N. Sucesiones 8141, Sánchez, Antonio, Arrecifes, 1812.

¹⁵ La fanega se divide en 4 cuartillas, y equivale a 13 arrobas de sal seca.

¹⁶ A.G.N. Sucesiones 8143, Sayos, Marcelino, San Fernando de la Buena Vista, 1817.

se mofan de los europeos que comen como los caballos y usan el aceite, otra cosa que repugnan mucho”¹⁷ Sin embargo, el análisis de los productos comercializados en el ámbito rural parece romper con esta idea. 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- entre ellos 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 fritura de muchos platos criollos, aunque la grasa, tanto de vaca, cerdo u oveja, sigue siendo el elemento esencial para cocinar comidas guisadas y fritas.

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. Permanece en los inventarios durante todo el siglo, pero su presencia en damajuanas, barriles y pipas comienza 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 otros¹⁸. 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.¹⁹

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.²⁰ 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

¹⁷ Azara, Félix de, *Viajes por la América meridional*, Espasa Calpe, Madrid, 1949, pág. 191.

¹⁸ 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.¹⁸ 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 estar al acceso de todos los pobladores, y las mayores diferencias en valores pueden encontrarse entre las diferentes variedades de cada artículo.

¹⁹ A.G.N. Sucesiones 4869, Caminos, Juan, San José de Flores, 1844.

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.

El 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.”²¹ 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 9 pulperías diferentes y la galleta en 10, 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, aunque 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.

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.²² 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 pueden mencionarse la yerba paraguaya, correntina, ordinaria, parnagua, de calidad inferior, y más tarde, yerba paluda, argentina y misionera. Nuevamente, las cantidades presentes en los comercios rurales nos pueden dar la pauta del grado de consumo de este producto. En 1812, Antonio Sánchez poseía en su pulpería de Arrecifes, once tercios y medio que contenían 94 arrobas con cinco libras de peso neto.²³ Hacia 1868, Catalina Dasso almacenaba en su tienda de Chivilcoy cerca de cuarenta arrobas de yerba paraguá.²⁴

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

²⁰ A.G.N. Sucesiones 3522, Aspetiá, Casimiro, Villa del Luján, 1859.

²¹ Miers, John, *Viaje al Plata, 1819-1824*, Ediciones Solar, Buenos Aires, 1968

²² Slatta, Richard, *Los gauchos y el...*, op. cit., pág. 139.

²³ A.G.N. Sucesiones 8141, Sánchez, Antonio, Arrecifes, 1812.

²⁴ A.G.N. Sucesiones 5435, Dasso, Catalina, Chivilcoy, 1868.

ambos artículos, sus diferentes variedades están presentes en los estantes durante todo el período estudiado. En el caso del té, el negro ocupa el primer lugar, seguido por el perla, el orange y el 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.²⁵

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 cotidianeidad del hombre de campo..."²⁶. 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 remolacha, de la Habana 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.²⁷

¿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 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 imaginadas por quienes construyeron la visión tradicional sobre el mundo rural: hongos secos, tarros de ostras y garrafas con salsa de tomate.

²⁵ Para una historia de los precios véase: Barba, F., *Aproximación al estudio de los precios y salarios en Buenos Aires desde fines del siglo XVIII hasta 1860*, Editorial de la Universidad Nacional de la Plata, La Plata, 1999.

²⁶ Rodríguez Molas, R., *Las pulperías*, op. cit., pág. 13.

²⁷ A.G.N. Sucesiones 4869, Chaves de Cascallares, Manuela, Lobos, 1846.

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 Joulén, el vino catalán, sin olvidarnos de los famosos vinos carlón y frontiñan, en todas sus variedades.²⁸

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, curacao, champan, vermut, 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 la Virgen). La venta de cerveza se registra a partir de 1857, apareciendo tanto 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.²⁹

²⁸ 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, frasqueras, frascos y botellas, que ocupaban las trastiendas y los estantes de los diferentes negocios. 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.

²⁹ Véase Moncaut, Carlos, *Pulperías, esquinas y almacenes de la campaña bonaerense*, Editorial El Aljibe, City Bell, 2000, pp. 299 – 315.

PONER LA MESA: LOS HÁBITOS ALIMENTICIOS Y LA CULTURA MATERIAL.

En este apartado, se analizan 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.

Los comercios minoristas ofrecían a la venta una gran cantidad de utensilios y trastes de cocina, que se distinguían en cuanto a sus materiales y tamaños. Entre ellos aparecen tanto útiles destinados a la preparación de alimentos (asadores, cacerolas, sartenes, ollas) como la vajilla de uso diario.

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 los platos, las pavas, las cucharas, las ollas, las bombillas, los asadores, las espumaderas y los 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”³⁰ En la campaña no sólo usaron platos de lata, todo lo contrario, preferían 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.

El agua para tomar mate se calentaba en pavas o calderos de lata o latón. No se tasaron muchas bombillas y no se encontraron en stock mates o recipientes para prepararlo. Podemos suponer que la clásica calabaza usada para contener la infusión se adquiría 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*”³¹, que coincidiría con las imágenes dejadas por los viajeros respecto a las maneras de comportarse en la mesa:

³⁰ Porro, N., Astiz, J. y M. Rospide, *Aspectos de la vida cotidiana en el Buenos Aires virreinal*, Buenos Aires, Universidad Nacional de Buenos Aires, 1982., pág. 20.

³¹ Goody, Jack, *Cocina, cuisine y clase*, Editorial Gedisa, Barcelona, 1995, pag. 69.

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.³² 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”*³³

Contrariamente a lo narrado por los viajeros 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 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 elite y estuvieron lejos del sofisticado estilo de vida de sus sucesores finiseculares.

Por supuesto, los viajeros se detienen a describir aquellas situaciones que les parecieran 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 utilizado en esa oportunidad difícilmente habríamos podido rescatarlas, por el contrario, habríamos debido regalarlas a aquellas gentes...”*³⁴

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 comienza 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

³² Esta simpleza y austeridad de las condiciones de vida fue analizada por Cabrejas, Laura, “Vida material en la frontera bonaerense (1736 – 1870)”, En: Mayo, Carlos (dir.): *Vivir en la frontera...*, op. cit.

³³ Carlos Mayo, *Estancia y sociedad en la pampa, 1740 – 1820*, Biblos, Buenos Aires, 1995, p. 193.

³⁴ Miers, John, *Viaje al...*, op. cit, pág. 27.

1850, José Baliero poseía, en su tienda y almacén de Luján, trece docenas de tazas para caldo y seis docenas de tazas para café.³⁵ 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 esgrimido que los enseres cambian de función o de formas de uso por nuevas necesidades y según criterios étnicos y sociales.³⁶ 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.³⁷ 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 teniendo 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 forma, el color, los materiales, la confección y la función, la condición social, los gustos, las posibilidades y las actitudes de quién la luce.

En las diferentes descripciones recogidas aparecen cuatro prendas principales en la vestimenta del habitante de la pampa, a saber: poncho, chiripá, bota de potro y calzoncillo cribado. A partir de 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.³⁸

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

³⁵ A.G.N. Sucesiones 3943, Baliero, José, Guardia de Luján, 1850.

³⁶ Schávelzon, Daniel, *Historias del...*, op. cit., pp. 126 – 127.

³⁷ Para una mejor comprensión de este fenómeno véase: Schávelzon, Daniel, *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.

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 de 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.

A los ponchos se los inventarió 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 proveían con sus rústicos telares el material para la confección de estas prendas. También lo hacían 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”*³⁹

Después de la Revolución de Mayo, las telas más baratas importadas de Gran Bretaña tuvieron más aceptación y tanto Buenos Aires como su campaña se vieron inundados 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”*⁴⁰ Lo aseverado por Halperín 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.⁴¹

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 como 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, 10 lucían ponchos ingleses, 9 tenían ponchos “pampa”, 5 lucían “calamacos” y 4 peones llevaban puesto ponchos de paño. Diez años después, otro informe de varios fuertes aclaraba que de los 58 detenidos, 27 portan

³⁸ 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

³⁹ 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.

⁴⁰ Tulio Halperin Donghi, *Revolución y guerra*, México, Siglo XXI, 1979, p.102.

⁴¹ A.G.N. Sucesiones N° 3943 Don José Baliero, Guardia de Luján, 1850; A.H.P.B.A. 39-1-7. Sucesión de Juana López, Azul, 1850.

ponchos de “apala”, 15 de paño y sólo 8 lucen los ponchos ingleses.⁴² Como vemos el poncho inglés no desplaza totalmente a la prenda de confección local.

Durante el período temporal estudiado, pueden observarse transformaciones sustanciales en la indumentaria del hombre de campo. El calzón es reemplazado por el chiripá indio⁴³, Debajo del chiripá, el calzoncillo blanco. Ambas prendas serán reemplazadas por la bombacha, introducida por los inmigrantes hacia fines del siglo XIX. También se impondrán los pantalones –de bayetón, casimir o corderoy, como los ofrecidos por don Víctor Carrasco en su pulpería de Balcarce.⁴⁴ Podemos destacar que se encontraron 13 negocios que vendían pantalones frente a sólo 6 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 5 y 6 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 capotillos, gran cantidad de camisas y casacas.

También se observan 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 “sombreros 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.

⁴² A.G.N. Partes de Milicia. Fuerte de San Serapio del Arroyo Azul, 1840 y Fuertes Chapaleofú – Pillahuinco-Indio Rico – Santos Lugares – Las Heras, 1850.

⁴³ En la lengua quichua *chiri – pac*, significa “para el frío” y es descripto como un lienzo flojo – similar a un pañal – que iba entre las piernas sujeto a la cintura, ideal para andar a caballo.

⁴⁴ A.G.N. Sucesión N ° 4998. Don Victor Carrasco. Balcarce, 1870.

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 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 definidamente 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 rebozos⁴⁵ 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 ha principios del siglo XIX no se encuentra ningún tipo de referencia a ellos vinculada, sí lo comenzará a haber 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 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 pesos, 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 en sólo un negocio se halló acero para confeccionar los miriñaques.⁴⁶

Antes de 1810 los textiles que llegaban al Río de la Plata eran de alta calidad: paños de lana, 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

⁴⁵ El rebozo medía 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.

⁴⁶ A.G.N. Sucesiones N° 4011. Beguerestain, Antonio, 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.

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”⁴⁷

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 terciopelo, 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.⁴⁸

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 4 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”⁴⁹ 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 podía estar “descalzos” o bien usar “botas de potro”. Este tipo de calzado, de confección casera, ha sido

⁴⁷ Tulio Halperin Donghi, op.,cit., pp 101 y 103.

⁴⁸ 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 usa de sus caras; lienzo: tela de algodón cáñamo o lino; Pequín: tela de seda, parecida a la sarga y que se traía de la 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.

profusamente nombrado y descrito por la mayoría de los viajeros, tanto por su utilidad como por su originalidad.

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”.⁵⁰

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”⁵¹ John Miers narraba 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”*⁵²

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. Se destaca 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 para impermeabilizar ciertas telas.⁵³

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 12 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.

⁴⁹ Andrés Carretero, op.,cit., p.76.

⁵⁰ A.G.N. 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

⁵¹ N. Porro, J. Astiz y M. Rospide, *Aspectos de la vida...*, pág.80.

⁵² John Miers, op., cit., p.101

⁵³ León Benarós, “Las boticas de antaño”, en *Todo es Historia*, N°33, enero 1970, p.29

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 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.⁵⁴

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”⁵⁵ Se jugaba en todas partes; en la ciudad y en el campo, en los salones de la elite 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”⁵⁶, 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 10 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.”⁵⁷

⁵⁴ A.G.N. Sucesiones N° 3563. Juan Bautista Achiari, Salto, 1868.

⁵⁵ Carlos Mayo (Director), *Juego, Estado y Sociedad en Buenos Aires (1730-1830)*, La Plata, Editorial de la UNLP, 1998, pp.156/157.

⁵⁶ A.G.N. Sucesiones N° 3966. Luis Silva, Bahía Blanca, 1860

⁵⁷ Brittez, Fernando, “La comida y las...”, *op. cit.*, pág. 199.

Las prácticas mercantiles.

Como señalamos, anteriormente, la pulpería de fines del siglo XVIII poco tuvo que ver con el almacén de mediados del siglo XIX. Por el contrario, algunas prácticas mercantiles ejecutadas por sus propietarios o administradores persistieron a lo largo del período. El fiado o crédito se convirtió en una estrategia constante y clave del comercio minorista en el área rural bonaerense. El fiado pudo representar para el pulpero un margen de ganancia extra, pero en algunas oportunidades una excesiva oferta podía causar la quiebra. En algunas instrucciones de los dueños de pulpería a sus administradores o mozos se indicaba la prohibición de vender fiado⁵⁸.

El crédito al consumo no es propio de la sociedad industrial, el aumento del consumo y su pago devengado tiene antecedentes sistematizados ya en el siglo XVIII⁵⁹. La organización de circuitos comerciales especializados, como el caso de Inglaterra, o generales, como el ejemplo de la frontera norteamericana, demuestran la importancia que había adquirido el crédito como instrumento financiero.

De hecho la experiencia crediticia norteamericana⁶⁰ es un factor comparativo a tener en cuenta. En un primer momento el crédito se lo vinculó a las ventas al por menor. Al finalizar la colonización del oeste y del sur, las ventas a crédito se incrementaron considerablemente gracias al desarrollo del transporte. Los vendedores ambulantes fueron el principal vehículo del crédito. En las zonas agrícolas, era necesario el abastecimiento de caballos, arados, herramientas, semillas y muebles pagando la mitad al contado y el resto con una letra reembolsable al cabo de tres meses o aún después de la cosecha. Los bienes de consumo perecederos se pagaban al contado, pero también podías darse el caso de que se tomaran a crédito, apuntándose la compra en un cuaderno. El crédito era un instrumento fundamental en estas sociedades, por lo tanto ni bien ingresaba dinero se cancelaban las deudas, pero también pesaba la cuestión del prestigio social a la hora de saldar las acreencias. Debemos remarcar que el crédito se expandió junto con la frontera, tomó protagonismo ante la ausencia de bancos y prestamistas.

La documentación analizada como libros de cuenta, rendición de cuenta societaria o de administración demuestra la importancia del volumen del crédito. Uno de nuestros análisis se centró en el copiadore de facturas de la Casa Torroba en Chivilcoy (provincia de Buenos Aires)⁶¹. De los 534 facturas asentadas solamente 33 fueron pagadas al contado, las restantes 501 fueron ventas a pagar. La proporción que guardan ambas formas de venta, es al menos llamativa, el 94% de las ventas se giro sobre el crédito. La pregunta obligada sería ¿no era un riesgo financiero excesivo para el comercio?, o a pesar de todo la firma necesitaba cooptar de alguna forma a sus clientes dada la concentración de comerciantes que registraba la zona. Otros interrogantes son, ¿hay alguna diferencia sustancial entre las

⁵⁸ A.G.N., IX, Sucesión de Andrés Revoredo, 3779.

⁵⁹ Respecto al tema creemos importante señalar las obras de McKENDRICK, N., J. BREWER y J. PLUMB, *The birth of a consumer society. The commercialization of eighteenth-century england*, E.U.A, Indiana University Press, 1985. SHAMMAS, Carole, *The Pre-industrial Consumer in England and America*, Oxford, Clarendon Press, 1990.

⁶⁰ Para una lectura sobre la evolución del crédito al consumo ver: GELPÍ, Rosa y Francois Julien – LABRUYÉRE, Historia del crédito al consumo. Doctrinas y prácticas, Barcelona, Ediciones Península, 1998.

⁶¹ Archivo Histórico de Chivilcoy (en adelante A.H.C.), Torroba Hnos. Copiadore de facturas, 1867.

ventas al contado o a crédito, en cuanto al monto o tipo de productos?, ¿los titulares de las cuentas al contado son los mismos de los casos fiados?

En cuanto al riesgo del giro en crédito parece haber sido un instrumento muy bien manejado por la firma como por sus clientes. En cuanto a Torroba sabemos que la continuó sus actividades durante más de veinte años, en tanto sus clientes más asiduos, dentro de los 102 registrados, el mecanismo de cancelación y recompra no fue suspendido. Un dato que no podemos establecer, por no figurar en los registros, cual era el tiempo promedio de cancelación de las deudas. Tal vez nuestro comercio en cuestión se veía forzado a conservar las líneas de crédito, pues para la misma época debía competir con otra comercio del mismo rubro la Casa Villafañe.

Al analizar el detalle de las facturas con distinta modalidad (efectivo o fiado) podemos señalar algunas particularidades: a) los montos de las ventas al contado no alcanzan la magnitud que tienen las que son a crédito – ver Tabla 1-

Tabla 1: Discriminación de transacciones a crédito o contado.

Monto (pesos)	Crédito	Contado
Menos 1000	152	24
1001 – 2000	114	3
2001 – 3000	48	1
3001 - 4000	37	
4001 – 5000	32	
5001 – 6000	18	1
6001 – 7000	24	2
7001 – 8000	12	
8001 – 9000	17	2
9001 – 10000	5	
10001 – 11000	6	
11001 – 12000	4	
12001 – 13000		
13001 – 14000	2	
14001 – 15000	3	
Más 15000	27	
Total	501	33

Fuente: Torroba Hnos., copiador de facturas, Chivilcoy, 1867.

b) mas de la mitad de las compras efectivas están compuestas por uno o dos productos, siguiéndole en importancia la de varios productos – no mas de diez-. En tanto las otras pueden variar entre los siete a más de sesenta items.

Otro aspecto pendiente de analizar es la relación, o no, que pudo existir entre los titulares de cuentas al contado y a crédito. Como dato del desglose cuantitativo podemos decir que las cuentas de contado corresponden, en su gran mayoría, a clientes que se registran dos o tres veces en la actividad de la firma Torroba, solamente hay tres casos en donde existe una marcada continuidad como cliente. Otra observación, nos dice que las 33 cuentas al contado se distribuyen entre 27 titulares, lo que nos da una frecuencia muy baja en la relación comercial con la firma.

Estas observaciones nos señalan, por contraste, el significado del crédito. El mismo, necesita de la condición del conocimiento mutuo entre comerciante y cliente, de la asiduidad y cumplimiento de este

último. A su vez, quien otorga el beneficio del instrumento financiero lo podía estar haciendo por ser una práctica extendida en la actividad mercantil y, también, en la necesidad de afianzar una clientela. En función, de lo dicho podríamos decir que el vínculo interpersonal y las relaciones que de él derivaban jugaban un rol importante. Lo interesante del tema es que aquel ¿se generaba a partir de la ausencia o escasez de un medio de pago efectivo?⁶²

Otra estrategia sostenida por el comerciante era el descuento, la rebaja, en el precio total de una compra o se lo aplicaba sobre algún producto específico. Objetivamente, no podemos caracterizar el perfil de las rebajas realizadas, solo podemos decir que están aplicadas en cuentas a crédito. El descuento puede ser: a) un porcentaje fijo de la compra, b) una suma fija o c) una cantidad de alguna de las mercaderías adquiridas. Al respecto citamos algunos ejemplos:

a) "... N° 224. Alejandro Astoril (a cuenta)

Diciembre 4 ,	3 látigos n° 13204	95	285
	3 látigos n° 12270	100	300
	3 látigos n° 13510	95	285
	3 látigos n° 9932	75	225
	3 látigos n° 12979	40	120
	3 látigos n° 6408	27	81

			1296
	Rebaja del 3%		38 ----- 1258... ⁶³

b) "... N° 453. Sallano y Gabastou (a cuenta)

Junio, 12.	10 Bordalesas vino (Puyos)	800	8000
	5 Bordalesas vino (Ponsini)	760	3800
	20 cajones coñac Laforcé	68	1360
	2 barriles vino blanco	420	840
	1 cajón c/ 30 docenas de vasos	30	900
	descuento 2% por rotura		- 18
	2 cajones pitos franceses 20 gruesas	20	400
	10 bolsas de café en grano		5330
4 cajones con encurtidos ingleses	12 doc.	60	720
	Peones		55
Rebaja en el Puyos			-100

			21287 ... ⁶⁴

c) "... N° Fernando Uriarte (a cuenta)

Septiembre, 10.	10 c/ kerosene 100 gals.	16	1600
	2 c/ aceite 8 @	150	1200
	15 bultos Paranagua yerba 2050 @	70	5740
	2 bultos p. Estraza 20 resmas	21	420
	10 canastos cerveza Bober		480
	Peones		13
Rebaja en la yerba 1 ½ @			- 105

⁶² BRAUDEL, Fernand, *Civilización material, economía y capitalismo. Siglos XV-XVIII. Las estructuras de lo cotidiano.*, Madrid, Alianza Editorial, Vol. I, p. 380. Braudel supo reflexionar al respecto, en relación a la importancia y complementariedad de la moneda, al decir que "... la moneda impregna, allí donde esté, todas las relaciones económicas y sociales; es por tanto un magnífico 'indicador': según como circule, como se agote, como se complique, o como escasee, se pueden valorar con bastante seguridad todas las actividades de los hombres, hasta las más humildes"

⁶³ A.H.C., Torroba Hnos. Copiador de facturas, 1867, folio 89.

⁶⁴ A.H.C., Torroba Hnos. Copiador de facturas, 1868, folio 159.

9348 ...⁶⁵

Los registros que se benefician con la rebaja o el descuento no están relacionados con un rango especial en el monto, sí debemos recordar que eran cuantas a cuenta. Por lo tanto podríamos arriesgar la idea de que este tipo de beneficio pudo relacionarse como una especie de reconocimiento al cliente por su continuidad y cumplimiento con el crédito que le otorgaba la casa de negocios.

Hasta aquí hemos tratado el crédito y el descuento como las conductas desarrolladas, por nuestra firma en cuestión, y que hemos denominado *estrategias*. Estas se vieron complementadas, además, por un conjunto de prestaciones o *servicios adicionales* que el comercio ofrecía a sus clientes minoristas como flete, carga, peones y adquisición de mercaderías por encargo. Es importante señalar que estos servicios no se brindaban gratuitamente, sino que podían ser solicitados por el cliente haciéndose cargo de los costos que implicaban: peón por jornada \$5, flete \$8, cajón \$5, comisión (era un porcentaje sobre el total del pedido cuya razón pudo variar entre el 0,5% y el 3%) y carga (que dependía del volumen de mercaderías adquirido).

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 bonaerense en el período tardocolonial.

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.

El análisis del stock de mercaderías presentado en las tasaciones pone en evidencia una gran cantidad y variedad de artículos, de distinta calidad, precios y procedencia.

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 parte de la historiografía contemporánea. La nueva imagen invita a replantearnos muchas cuestiones relacionadas con los usos y costumbres de aquellos habitantes.

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.

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

⁶⁵ A.H.C., Torroba Hnos. Copiador de facturas, 1867, folio 47.

afirmar que las diferencias en las prácticas de consumo son más bien construcciones culturales, y no tanto resultado de decisiones económicas.

Como 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 introducción 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 comercializados 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.

Se ha podido observar que a lo largo del período analizado las denominaciones hacia este particular comercio van cambiando, desde la clásica mención de pulpería, se pasará por casa de negocio, almacén, o categorías mixtas como tienda-pulpería (destacada en los poblados rurales) y a medida que avanzamos en el tiempo y nos ubicamos en las últimas décadas del siglo XIX surgirán otras más complejas como almacén, tienda y ferretería lo cual nos da la pauta de la unión de varios rubros en un solo comercio.

Pero no todo es cambio, también se hallarán bien presentes muchas continuidades en el ámbito de estos locales. Podríamos comenzar señalando el despacho de bebidas como elemento identificador que pervive y que continúa dando el carácter especial de centro de sociabilidad a estos lugares; el cambio de los tiempos se podrá observar con la implementación de los “estaños” en el viejo mostrador. También la presencia de “vidrieras” (vitricas) para exponer algunas de las especialidades de la casa se

irá incrementando a partir de la segunda mitad del siglo XIX. Otro elemento a destacar es la cuestión del mobiliario. Tomando en cuenta que en estos sitios junto a la venta de mercadería se suma el despacho de bebidas que también acompaña a los juegos de naipes (el más extendido entretenimiento), resulta notorio para todo el período analizado, la escasez de sillas y mesas. Esta situación resulta además retratada (y confirmada) en las litografías realizadas por León Pallière (1860-1870) representando el interior de la pulpería muy generosamente atiborrado de productos detrás del mostrador, contrastando esto con la extrema austeridad del otro lado - el de la clientela - que aparece apoyada en el mostrador o sentada en el piso jugando naipes sobre un pañuelo o retazo de paño.

Las prácticas mercantiles se concentraron en la venta a crédito, los descuentos y los servicios adicionales. Los registros analizados muestran que las transacciones a crédito fueron muy importantes. Esta actitud de confianza que se entabla entre las partes estaba fomentada en dos sentidos. Por un lado el comercio al otorgar crédito se garantizaba la asistencia sostenida de clientes, en el otro sentido estos debían cumplir con sus obligaciones a fin de no perder las facilidades otorgadas. El crédito no estaba vinculado a los productos de la compra, en ese sentido el perfil de los registros es heterogéneo.

La otra estrategia esgrimida fue el descuento o la rebaja, aquí a nuestro entender era un instrumento personalísimo del propietarios o administrador de la firma, este se podía efectuar de distintas maneras: como un porcentaje fijo de la compra, una suma fija en dinero y una cantidad de alguna de las mercaderías adquiridas.

Los servicios intentaban agilizar la comercialización de las mercaderías, si bien no eran gratuitos, el cliente los podía requerir haciéndose cargo de los costos que implicaban. El ofrecimiento comprendía: flete, cajón, comisión (por encargos), peón y carga. A su vez estas podían ser solicitadas en forma combinada.

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 relacionen 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.