

X Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Escuela de Historia de la Facultad de Humanidades y Artes, Universidad Nacional del Rosario. Departamento de Historia de la Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad Nacional del Litoral, Rosario, 2005.

El comercio minorista en la campaña bonaerense: cambios y continuidades en las pautas de consumo hacia fines del siglo XIX.

CABREJAS, Laura.

Cita:

CABREJAS, Laura (2005). *El comercio minorista en la campaña bonaerense: cambios y continuidades en las pautas de consumo hacia fines del siglo XIX*. X Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Escuela de Historia de la Facultad de Humanidades y Artes, Universidad Nacional del Rosario. Departamento de Historia de la Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad Nacional del Litoral, Rosario.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-006/740>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

XºJORNADAS INTERESCUELAS / DEPARTAMENTOS DE HISTORIA

Rosario, 20 al 23 de septiembre de 2005

Título: **“El comercio minorista en la campaña bonaerense: cambios y continuidades en las pautas de consumo hacia fines del siglo XIX”.**

Mesa temática Nº 78: “Comercio, crédito y consumo (Siglos XVII al XX)

Grupo Sociedad y Estado. Departamento de Historia, Facultad de Humanidades.

Universidad Nacional de Mar del Plata.

Autora: Prof. Laura Leonor Cabrejas (Investigadora Grupo Sociedad y Estado)

Padre José Cardiel 4117-Mar del Plata, Tel.: (0223) 4739482

e-mail: lalecab@infovia.com.ar

Introducción

Las pulperías aparecieron en la América hispana en época temprana. Ya desde el siglo XVI, se identificaba con el nombre de pulpería a los negocios que se dedicaban a la venta de provisiones para el abasto de la población. La historia de la pulpería en el mundo rural rioplatense hundía sus raíces en la literatura costumbrista inspirada en la memoria y los relatos de viajeros. Durante mucho tiempo - fuente importante en la historiografía rioplatense - reprodujo una imagen estereotipada de la campaña, reflejando también prejuicios raciales o de clase¹.

Los primeros estudios rigurosos y propiamente historiográficos que se han dedicado a ella fueron los trabajos de Jorge Bossio, Ricardo Rodríguez Molas y Richard Slatta². Más novedoso por el enfoque y el tipo de fuentes empleados fue el trabajo de Jorge Gelman que, aunque referido a la Banda Oriental, plantea cuestiones y formula observaciones muy pertinentes para el estudio de la pulpería rural de la campaña bonaerense. Describe, entre otros aspectos, 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 Aires³. En la misma línea se encuentra el análisis realizado por Juan Carlos Garavaglia, que muestra a los pulperos en el rol de acopiadores de trigo o traficantes de cueros⁴.

¹ Fernández Bravo Alvaro, *Literatura y frontera. Procesos de territorialización en las culturas argentinas y chilena del siglo XIX*, Buenos Aires, Editorial Sudamericana, 1994, p.32. Para profundizar este tema véase: Prieto, Adolfo, *Los viajeros ingleses y la emergencia de la literatura argentina 1820 – 1859*, Editorial Sudamericana, Buenos Aires, 1996.

² Bossio Jorge, *Historia de las pulperías*, Buenos Aires, Plus Ultra, 1970; Rodríguez Molas Ricardo, *Historia Social del gaucho*, Buenos Aires, Editorial Maru, 1968 y Richard Slatta, “Pulperías and contrabans. Capitalism in Nineteenth century, Buenos Aires Province” en; *The Americas*, XXXVIII, febrero 1982. Bossio se dedica a la pulpería rural pero no logra desprenderse del trazo mitológico creado por la literatura gauchesca. Par Rodríguez Molas la imagen de la pulpería sigue siendo crítica y desfavorable. En Slatta la pulpería es una taberna que además expende un número limitado de productos, y el pulpero aparece como un negociante inescrupuloso y andrajoso que no desentona con su local y está relacionado al mundo rural como socio de los cuatreros.

³ Gelman Jorge, “Los caminos del mercado; campesinos, estancias y pulperos en una región del Río de la Plata colonial”, en; *Latin American Research*, XXVIII, 2, 1993.

⁴ Garavaglia Juan Carlos, “De la carne al cuero; los mercados para los productos pecuarios. Buenos Aires y su campaña, 1700 – 1825”, en; *Anuario IEHS*, 9, 1994.

Sin lugar a dudas la utilización de nuevas fuentes reavivó el interés por los estudios históricos acerca del ámbito rural planteando nuevos temas, problemáticas y perspectivas, siendo el comercio uno de los más abordados.

Para el período posrevolucionario la historia económica ha investigado sobre los flujos mercantiles y comerciales entre las diferentes regiones y provincias, descifrando el funcionamiento de los circuitos económicos internos⁵. Al mismo tiempo se ha ido avanzando en el conocimiento del comercio minorista tanto para la ciudad de Buenos Aires como para su campaña⁶. El comercio al menudeo ha sido analizado tanto desde el punto de vista comercial - la pulpería como centro de abastecimiento de alimentos, bebidas, vestimenta, herramientas y demás efectos para los sectores sociales medios y bajos - como desde el punto de vista social, es decir como centro de reunión de los habitantes del lugar.

El estudio del comercio minorista nos ha llevado a analizar el consumo y la cultura material en el ámbito rural - tema poco tratado hasta hace poco tiempo⁷. Partimos de la premisa de que la cultura material se relaciona con la cultura económica, entendiendo por cultura material a las “formas en que hombres, mujeres y niños producen las cosas que ingieren o conque se cubren, las moradas que habitan, las herramientas que emplean, junto con la forma en que usan y consumen esos bienes”⁸

El análisis de los inventarios de pulperías y almacenes rurales nos ha permitido afirmar en trabajos anteriores, que los productos hallados en los comercios minoristas de la campaña resultan de una notoria variedad permitiéndonos cambiar la imagen arquetípica de estos negocios. Sabemos que estos artículos superan al consumo de subsistencia y reflejan una sociedad con muchas necesidades y no pocas exigencias.

⁵ Véase Irigoín, María Alejandra y Schmit, Roberto (editores), *La desintegración de la economía colonial. Comercio y moneda en el interior del espacio colonial (1800 – 1860)*, Editorial Biblos, Buenos Aires, 2003; Rosal, Miguel Angel, “El interior frente a Buenos Aires. Flujos comerciales e integración económica (1831 – 1850) en: *Cuadernos del Instituto de Historia Argentina y Americana Dr. Emilio Ravignani*” 9, Buenos Aires, 1995; Schmit, Roberto, “El comercio y las finanzas públicas en los Estados provinciales” en; Goldman, Noemí (dir.), *Revolución, República, Confederación (1806 – 1852)*, *Nueva Historia Argentina*, Buenos Aires, Sudamericana, 1998; Assadourian, Carlos S. Y Palomeque, Silvia, “Importaciones de productos de Castilla. Europeos en Córdoba (1800 – 1819) en: *Andes, Antropología e Historia*, 12, Universidad Nacional de Salta, 2001.

⁶ Mayo, Carlos (dir.), *Pulperos y pulperías de Buenos Aires (1740 – 1830)*, Universidad Nacional de Mar del Plata, 1996, y Mayo, Carlos (editor), *Vivir en la frontera, La casa, la dieta, la pulpería, la escuela (1770-1870)*, Editorial Biblos, Buenos Aires, 2000.

⁷ La problemática del consumo ha sido tratada en Europa y Estados Unidos por otras disciplinas como la sociología y la antropología. Para Mesoamérica y la región andina es interesante el trabajo de Bauer A. J.. “La cultura material” en: Carmagnani, Marcello, Hernández Chavez, Alicia y Romano, Ruggiero (coordinadores), *Para una historia de América I. Las Estructuras*, Fondo de Cultura Económica, México, 1999. Par nuestro ámbito rural son importantes los trabajos de 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, “La frontera; cotidianidad, vida privada e identidad” y Garavaglia, Juan Carlos, “Ambitos, vínculos y cuerpos. La campaña bonaerense de vieja colonización” (ambos trabajos) en: Devoto, F. y Madero M (comp.), *Historia de la vida privada en la Argentina. País antiguo, De la colonia a 1870*. Editorial Taurus, Buenos Aires, 1999.

⁸ Bauer A. J. Op., cit., p.404.

Los inventarios y los libros de cuentas nos presentan un amplísimo universo de productos que nos permiten reconstruir las pautas de consumo y la cultura material de los pobladores rurales tomando en cuenta la vestimenta, el calzado, los artículos de limpieza y tocador, herramientas y otros bienes menos usuales. No consideramos los artículos de subsistencia es decir los alimentos y bebidas, rubros analizados en otros trabajos⁹.

Los inventarios y tasaciones realizados a los efectos de las sucesiones y la partición de bienes tanto de los comerciantes como de los habitantes de la campaña nos ofrecen una visión matizada y hasta a veces sorprendente. Los inventarios y sucesiones fueron reunidos en dos grandes grupos documentales. Por un lado los inventarios de los comercios minoristas - pulperías, tiendas y almacenes, que conforman una muestra de 40 sucesiones. El segundo grupo está compuesto por 105 sucesiones de los pobladores de la campaña bonaerense. Las sucesiones personales tienen la desventaja de representar a un grupo social determinado -el que tiene bienes para legar -, por tal motivo, hay dos sectores de la sociedad rural que no van a estar representados: los que no poseen bienes y los indios. Al trabajar con estos dos grupos de documentos intentamos hacer un seguimiento de los productos que se vendían en los negocios; desde el escaparate hasta el baúl de la casa o rancho del habitante rural. Las sucesiones son de fines del siglo XVIII hasta 1870.

Para analizar los cambios y continuidades en las pautas de consumo en las postrimerías del siglo XIX, trabajamos con otra fuente documental: el Libro de cuentas del año 1897 de un almacén rural de la localidad de Cañuelas. Al igual que las sucesiones, presenta sus ventajas y desventajas: contiene mucha información, pero sólo representa a los clientes que compran al fiado. Quedando fuera de la muestra aquellos que compraban al contado.

El estudio del consumo y la cultura material de una población nos impone trabajar con un extenso lapso temporal. Dentro de este período tomamos a las décadas de 1840 y 1860 como punto de inflexión en cuanto a los cambios en los hábitos de consumo de los habitantes (dado por el ingreso de los productos ingleses) como así también a las pautas y configuraciones de los mismos comercios minoristas.

Esta ponencia es de carácter exploratorio y con ella pretendemos seguir ofreciendo una nueva visión sobre el estilo de vida del poblador rural analizando su consumo, sus gustos y preferencias, y al mismo tiempo haciendo un seguimiento de los cambios y las continuidades tratamos de redefinir el comercio al menudeo en la campaña bonaerense.

La ropa y los modos de vestir

⁹ Véase Wibaux, Matías y Correa Carolina, "sabores de la pampa: Dieta y hábitos de consumo en la frontera bonaerense" en: Mayo, Carlos (editor) *Vivir en la frontera..op., cit.,* ; Cabrejas, Laura, Bustamante, José, Virgili, Daniel y Wibaux, Matías, "De la pulpería al almacén: Las transformaciones en el comercio minorista y las pautas de consumo en el mundo rural bonaerense, 1760 – 1870 (ponencia) para el Noveno Congreso de Historia de los Pueblos de la Provincia de Buenos Aires, Pinamar, abril 2003; y Wibaux, Matías, "Alimentos y bebidas al por mayor: el abastecimiento del comercio minorista rural a mediados del siglo XIX "(ponencia) para las Jornadas de Trabajo y Discusión. Universidad Nacional de Mar del Plata, abril de 2005.

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. Comida, vestido y habitación eran símbolos muy claros de posición social y de poder. Estas observaciones también comprenden a la indumentaria campestre.

En las descripciones que hacen los viajeros aparecen cuatro prendas principales en la vestimenta gauchesca, a saber: poncho, chiripá, bota de potro y el calzoncillo blanco. Veremos 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 Aires¹⁰. Los cambios en los materiales con lo que se confeccionan las vestimentas se vinculan con los desarrollos tecnológicos y la aceleración de los contactos mercantiles que en el caso del Río de la Plata se dio en las primeras décadas posrevolucionarias. Los cambios fueron lentos y apenas perceptibles en toda la gama de clases y etnias de la América colonial en parte lo motivaron la imitación y la envidia, pero también quizás primordialmente las transformaciones en la producción y comercialización de los productos textiles

Podemos anticipar que estas consideraciones también competen al habitante de la campaña, y el pulpero conocedor de la demanda de los artículos de este rubro los proveyó con gran variedad y cantidad.

Analizando nuestra muestra podemos advertir que lo aseverado por Carretero para la ciudad también se cumplía en la campaña. En 30 de los 40 inventarios de comercios minoristas 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 con 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 poncho¹¹ de vicuña de manufactura criolla o bien uno de origen inglés, medias y botas.

¹⁰ Carretero, Andrés, *Vida cotidiana en Buenos Aires. 1 Desde la Revolución de Mayo hasta la organización nacional (1810 – 1864)*. Buenos Aires, Planeta, 2000,p.81.

¹¹ La Rea Academia describe al poncho como una pieza rectangular, con una abertura longitudinal o rasa en el centro destinada a pasar la cabeza. El poncho puede ser liso, listado de colores o con franjas sobre ambos lados. Su contorno puede estar guarnecido con flecos cortos, lisos y del mismo color de las franjas; otras veces en vez de flecos lleva un ribete o vincha en el contorno. Un galón angosto, tejido aparte y aplicado rodea la abertura del poncho, terminado en los extremos en forma de T.

Las denominaciones con las cuales el poncho fue inventariado varían según la zona de procedencia 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”¹².

Después de la revolución, las telas de algodón y de lana más baratas importadas de Gran Bretaña tuvieron mas aceptación, y tanto Buenos Aires como su campaña que 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”¹³. Lo aseverado por Halperin Donghi se verifica con los inventarios de los negocios rurales.

Los cambios se van dando en forma lenta, y a pesar de ser más económicos, en un primer momento no desplazan totalmente a la producción local. Quizás se deba a que la gente abriga sentimientos relacionados con los bienes. José Baliero 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 Azul¹⁴. Si comparamos los precios los ponchos chicos de paño o de vicuña (prendas de lujo preferida con los estancieros por ser mas abrigado 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 apenas a \$ 8¹⁵. También se puede tener en cuenta que un poncho calamaco se exportaba a \$ 30 y el poncho de apala a \$15¹⁶.

¹² Gelman, Jorge, “El mundo rural en transición” en: Goldman, Noemí (Dir.) *Nueva Historia Argentina. Revolución, República, Confederación (1806 – 1852)*. Buenos Aires, Sudamericana, 1999, p.77.

¹³ Halperin Donghi, Tulio, *Revolución y guerra*, México, Siglo XXI, 1979, p.102.

¹⁴ 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, 850.

¹⁵ A.H.P.B.A. Legajo 39-1-7. Sucesión de Medina, Francisco, Azul, 1851.

¹⁶ A.G.N. Listado de precios de importación y exportación, informado por los corredores de número en enero de 1847.

Para reconstruir la vestimenta de la época de Rosas recurrimos 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 ponchos de “apala”, 15 de paño y sólo 8 lucen los ponchos ingleses¹⁷. Como vemos el poncho inglés no desplaza totalmente a la prenda de confección local.

En el siglo XIX se observa un cambio sustancial en la indumentaria del hombre de campo. El calzón es reemplazado por el chiripá indio¹⁸, descrito como una 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. Ambos serán reemplazados 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 Balcarce¹⁹. Podemos destacar que se encontraron 10 negocios que vendían pantalones frente a sólo cinco que ofrecían chiripases. El chiripá, fue, desde sus orígenes, una prenda de uso entre los hombres más modestos, los menos pudientes, son los hacendados los que siguieron usando el calzón de tipo hispánico reemplazado por el pantalón después de 1850.

Durante el rosismo el “igualitarismo en materia de vestimenta traducía a la vida cotidiana uno de los principios del federalismo: la igualdad social”²⁰. El “buen federal” debía diferenciarse de los comerciantes, hombres de letras o grandes propietarios que se vestían a la usanza europea. Salvatore afirma que, a pesar del igualitarismo social que el federalismo quería imponer, los jueces identificaban a los integrantes de la “clase de peón de campo - personas que trabajaban como peones, usaban poncho y chiripá y no sabían leer ni escribir -, como los sujetos peligrosos de la campaña”. Sin mediar delito eran arrestados y enviados a la frontera. Es raro encontrar en los partes de milicia a los pequeños labradores, criadores o a los estancieros, identificados como “hombres de ciudad” u “hombres de pueblo”. A pesar de la obligación de la divisa o cintillo federal, prendida al chaleco o al sombrero, su uso no fue generalizado. En los partes de 1840 hay seis que usan cintillo, sólo uno la divisa punzó y siete que lucen cintillo y divisa. En los de 1850 ya no se mencionan ni las divisas ni los cintillos.

Retornando en nuestro análisis a los inventarios de los comercios de la campaña bonaerense llama la atención la cantidad y calidad de otros productos. La prenda más hallada ha sido el pañuelo. En 24 sucesiones fueron tasados pañuelos de diferentes telas y confección. En varios documentos fueron tasados entre 5 y 6 docenas de “pañuelos de seda” bajo la denominación “de Pekín”, “del

¹⁷ A.G.N. Partes de Milicia. Fuerte de San Serapio del Arroyo Azul, 1840 y Fuertes Chapaleofú, Pillahuinco, Indio Rico, Las Heras, 1850.

¹⁸ En la lengua quichua, “chiri – pac”, significa “para el frío”.

¹⁹ A.G.N. SucesiónNº 4998. Don Víctor Carrasco. Balcarce, 1870.

²⁰ Salvatore, Ricardo, “Consolidación del régimen rosista (1835 – 1852)” en: Goldman, Noemí (dir.) *Nueva Historia....op-*, cit., p.364.

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.

También observamos gran cantidad de sombreros realizados en cuero de castor, paño o felpa, palma y los mas 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.

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.

La ausencia de prendas femeninas en los inventarios de pulperías nos advierte sobre la confección casera de las mismas, verificada por otro lado con la variedad de telas y accesorios ofrecidos por estos negocios - devenidos en mercerías rurales. Aunque a partir de 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, que no abundan pero tampoco son ignorados.

En las sucesiones personales la ropa de las mujeres es muy sencilla, en general polleras, camisas y rebozos²¹ de telas baratas como la bayeta y el camellón o la angaripola.

²¹ 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 en las provincias del noroeste.

Podemos concluir que este rubro presenta una gran cantidad y variedad de artículos, de distinta calidad, precios y procedencia. Esto indica que el mercado consumidor era también muy variado, no sólo por su poder adquisitivo sino también por sus gustos y elecciones.

Es indudable que las mercaderías extranjeras abundan cada vez mas en la campaña bonaerense, pero junto a los ponchos, camisetas, chaquetones, fajas, mantas y pañuelos ingleses siguen encontrándose ponchos calamacos o fajas pampas, y que además los productos locales, en algunos casos, seguían siendo más económicos.

Si bien hay mas ropa masculina, hacia mediados del siglo XIX, se empiezan a vender prendas confeccionadas para mujeres y niños.

Artículos de mercería y telas

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. Para destacar la importancia de este rubro podemos distinguir que en 25 inventarios fueron tasadas telas, pero en 39 de los 40 documentos se encontraron artículos de mercería.

Si observamos la frecuencia de los artículos vemos que abundan aquellos imprescindibles para cualquier costurera: hilo, agujas, alfileres, botones y broches. Si compramos 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 fue el acero para confeccionar los miriñaques²².

Antes de la revolución los textiles que llegaban al Río de la Plata eran de alta calidad: paños de lana, seda, etc., pero en la década siguiente las telas más baratas, 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”²³.

²² 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.

²³ Halperin Donghi, Tulio, op., cit., pp. 101 y 103.

Las telas más solicitadas en la campaña bonaerense fueron 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 la 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 tartán²⁴.

Los colores que predominaban en las telas eran el azul, celeste, blanco, rojo, encarnado o morado (éste último no sólo predominó en la época de Rosas). Las lanas eran teñidas²⁵.

Entre las telas 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 están 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 las 27 cordobesas.

Como asegura Halperin Donghi es indiscutible que en la campaña los productos artesanales del país se defiende mejor que en las ciudades, quizás porque la moda pesa menos.

Dime cómo te calzas y te diré quién eres

Mariquita Sánchez de Thompson fue, quizás, la primera en distinguir, a través del calzado a la gente pudiente de aquella que no tenía medios²⁶. 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 profusamente nombrado y descrito por la mayoría de los viajeros, tanto por su utilidad como por su originalidad. Así las describió John Beaumont:

²⁴ Brin: tela ordinaria y gruesa de lino; calamaco: tela de lana delgada y angosto, 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 ambas 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 lana con cuadros y listas cruzadas de diferentes colores.

²⁵ En la tintorería aborígen, mestiza y criolla se emplean preponderantemente materias vegetales, animales e inorgánicas; “el rojo punzó era proporcionado por la cochinilla, parásito muy abundante en las cactáceas del noroeste. Como fijador se usaba el alumbre y los orines fermentados, a veces la sal o el bórax, pues el rojo de estas cochinillas era muy duro. Infinidad de plantas y raíces - coronilo, espino negro, sombra de toro, quebracho blanco - proporcionaron el amarillo”. Yuyos diversos proporcionaron el azul. Algunos árboles como el nogal o el petiribí servían para teñir de negro.

²⁶ Sánchez, Mariquita, *Recuerdos del Buenos Aires virreinal*, Buenos Aires, Emecé, 1962.

“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”²⁷.

Este tipo de bota que dejaba libres los dedos era ideal para montar al caballo. 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”²⁸.

En los partes de milicia de los campamentos de Pillahuincó del año 1850 se identifica a los peones de campo con la denominación de “hombre de bota de potro”. Los estancieros, el comerciante español y el sastre que también habían caído prisioneros por distintos delitos, son identificados como “hombre de botas fuertes”.

En 24 inventarios de negocios rurales fueron tasados calzados. Llama la atención que predominen los zapatos, sobre las botas o los botines. 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”²⁹. 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 seis los documentos sucesorios se han inventariado tarros de betún³⁰.

Las botas de potro fueron reemplazadas, alrededor de la tercera década del siglo XIX, por las alpargatas traídas por los vascos españoles o franceses.

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.

²⁷ Beaumont, John, *Viajes por Buenos Aires, Entre Ríos y la Banda Oriental*, Buenos Aires, Ateneo, 1935, p.83.

²⁸ 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.

²⁹ Carretero, Andrés, op., cit., p.76.

³⁰ Cajas con tarros de betún fueron encontrados en los siguientes inventarios: A.G.N. Sucesión N°3943, Baliero, José, Guardia de Luján. 1850; N°3563 Achiari, Juan Bautista, Salto, 1868; N°4011, Beguerestain, Antonio, Pila, 1868; N°5414, Díaz, Catalina, Bahía Blanca, 1859; N°7303, Olivera, Antonio (dos negocios La Seca en Rauch y La media luna en Necochea) (1850/52); N°1962, Sierra, Manuel, Tandil, 1851.

Perfumes y aceites

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”.³¹ 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”³².

Otra opinión parecida era la ofrecida unos años después por Samuel Arnold cuando afirmaba que:

“Las mujeres de las pampas son casi todas bonitas, muy fáciles y generalmente sucias”³³.

Sin negar la porción de verdad de estos juicios, nos sorprende que en los inventarios de los comercios de campaña se encuentren tantos artículos de tocador.

Para valorar la importancia de los perfumes y aceites entre los habitantes rurales, aseguramos que se encontraron artículos de tocador en 35 inventarios. 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 sólo dos veces al año, coincidiendo con los cambios de estación, al comienzo del otoño y de la primavera, y también para impermeabilizar ciertas telas³⁴.

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 9 negocios se vendieron escupideras, con o sin tapa, de

³¹ Porro, N. Astiz, J. Y Rospide, M. *Aspectos de la vida cotidiana en el Buenos Aires virreinal*, Buenos Aires, Universidad Nacional de Buenos Aires, 1982, p.80.

³² Miers, John, *Viaje al Plata 1819-1824*, Buenos Aires, Editorial Solar-Hachette, 1968.p.101. Miers inició en Buenos Aires en 1819 un viaje de reconocimiento cuyo destino final, Chile, implicaba el recorrido de la extensa llanura que separa el puerto de arribo de la cordillera de los Andes y aunque el objetivo del viaje era el de evaluar las posibilidades de explotación minera en Chile, el viajero llevó un minucioso registro de todo lo observado.

³³ Arnold, Samuel, *Viaje por América del Sur, 1847 – 1848*, Buenos Aires, Emecé, 1951, p.200.

³⁴ Benarós, León, “Las boticas de antaño”, en: *Todo es Historia*, N°33, enero 1970, p.29.

lata, latón o loza. Las palanganas se usaban para lavarse y afeitarse y los lebrillos para la higiene personal o bien para la de la casa.

Una vez más podemos asegurar la diversidad sobre usos y costumbres de los habitantes rurales.

Vajilla, cuchillos y trastos de cocina

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”³⁵.

William Mac Cann, que recorrió a caballo buena parte de la campaña bonaerense en tiempos de Rosas, se asombraba con el espectáculo de los propietarios rurales criollos, potencialmente ricos en cuanto 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 Mac Cann 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.

Mac Cann dividía a los propietarios rurales en dos categorías: los que adoptaban hábitos europeos y los que conservaban “las costumbres del país” viviendo de idéntica manera que los peones³⁶.

“En la cocina no había ni una sola mesa. Comer de esta guisa requiere cierta práctica; primeramente se ha de coger la carne con la mano izquierda; luego tomar con los dientes el bocado elegido y aplicar el cuchillo con la mano derecha, apoyando el filo hacia arriba para cortar”³⁷

Observa además que las clases bajas no utilizaban, jamás el tenedor, al cual considera un claro “índice de civilización”, ya que su uso “exigiría la adopción de otros hábitos domésticos que resultarían fastidiosos: un cuchillo y un tenedor requieren un plato, el plato requiere una mesa. Una mesa pide, a la vez, una silla y así las consecuencias del uso del tenedor, importarían una completa revolución en las costumbres domésticas”³⁸.

Podríamos decir que nuestros inventarios revelan una situación parecida a la descrita por el viajero inglés, ya que solamente en 3 negocios había un *stock*

³⁵ Mayo Carlos, *Estancia y sociedad en la pampa, 1740 – 1820*, Buenos Aires, Editorial Biblos, 1995, p.193.

³⁶ Mac Cann, William, *Viaje a caballo por las provincias argentinas*, Buenos Aires, Hyspamérica, 1985, p.81.

³⁷ Idem. Pp.45/46.

³⁸ Idem. P.32.

de tenedores. Pero una vez más nos sorprendemos cuando calculamos que en 37 comercios había a la venta artículos de menaje.

Los cuchillos eran muy solicitados al igual que los platos, fuentes, tazas, cucharas y vasos. Los 30 negocios que catalogaron cuchillos lo hicieron 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 tienen 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 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. En 19 negocios se encontraron tasados vasos de fino cristal, de vidrio, ordinarios o labrados.

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 adquiría de otra manera y no se compraba en las pulperías o almacenes rurales.

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.

Aperos agrícolas y de montar, herramientas y artículos de ferretería

El apero, recado o silla de montar se componía de las siguientes piezas: uno o dos cueros de oveja (carona), una manta gruesa (pellón) que se colocaba directamente sobre el lomo del caballo, una o dos mantas (jergas) de las cuales la más fina y adornada se disponía sobre la otra y encima iba la silla propiamente dicha. La silla, a veces, se empleaba como almohada para dormir. La cincha no estaba sujeta a la montura y consistía en un cuero crudo de una cuarta o más de ancho, que terminaba en un par de anillos (argollas) por los cuales se pasaba repetidas veces un tiento blando para ajustarla. Los estribos eran pequeños.

En 17 inventarios de almacenes rurales se hallaron tasados artículos catalogados como aperos de montar. Los gauchos y paisanos podían comprar

³⁹ Porro, Astiz y Rospide, op., cit., p.20.

recados de montar y partes del mismo: estribos, frenos, lomillos, cinchas y argollas de fierro.

Aunque con menor frecuencia que otros rubros, algunos negocios también vendieron herramientas y artículos de ferretería. Entre las herramientas encontramos todas las necesarias para realizar los trabajos rurales: palas, machetes, hoces, hachas, azadas, guadañas y las infaltables rejas de arado.

En el rubro ferretería los efectos más solicitados fueron los clavos. La existencia de cerraduras, picaportes, pasadores y grampas determinan la presencia de puertas y ventanas en las viviendas rurales, cuyas paredes eran, algunas veces, “encaladas”, por eso la venta de cal en estos negocios.

Tabaco y cigarrillos

Según José Antonio Wilde, los cigarros se expendían en los almacenes y pulperías de Buenos Aires⁴⁰. También los negocios rurales vendieron cigarros, cigarrillos y habanos.

El tabaco podía ser fumado, mascado o aspirado. De acuerdo a su lugar de procedencia era de Paraguay o Brasil, y por su calidad negro o colorado.

Se vendían cigarrillos hamburgueses, de Virginia, de muy buena calidad, pero el que más se consumía era el de hoja, que podía llamarse “del país” de fabricación local.

El tabaco picado muy fino, más conocido como *rapé*, era vendido en 1857 en Dolores por el comerciante Manuel Arrieta. Ofrecía 9 cajas del *rapé* común y sólo media libra del francés⁴¹.

Papel, lumbre y combustible

El papel, en cuadernillos o resmas, era prácticamente infaltable entre las mercancías ofrecidas. El de mejor calidad era el papel blanco de origen genovés. También figura el papel de estraza de múltiples usos; además de envolver con él algunos productos comestibles, se lo empleaba para descongestionar las vías respiratorias. El papel de estraza era untado con la grasitud de las llamadas “velitas de baño” derretidas. El papel se aplicaba en el pecho del paciente⁴².

Las pulperías y almacenes de la ciudad de Buenos Aires aprovisionaban a los porteños de velas, pabilos y pajuelas. Los negocios rurales también lo hicieron. Las velas podían ser de cera, esterina o cebo, eran encendidas, en los primeros años del siglo XIX, con las pajuelas - varilla bañada de azufre - reemplazadas en la década del 40 con fósforos. Para encender los cigarros o cigarrillos se usaban las yescas (en general de hongos secos machacados que ardían con suma facilidad) que se guardaban en las yesqueras de metal.

⁴⁰ Wilde, José Antonio, *Buenos Aires desde setenta años atrás*, Buenos Aires, Biblioteca de “La Nación”, 1908, pp.181/182.

⁴¹ A.G.N., Sucesiones N°3518. Don Manuel Arrieta, Dolores, 1857.

⁴² Benarós, León, op.,cit.

Para mantener una buena llama, una vez encendidas las velas, se usaron las espaviladeras, de una o dos puntas, de hierro (las más comunes) o de metal amarillo.

De todos los objetos de iluminación el candelero era, por la cantidad de negocios que lo tuvieron a la venta, el más corriente. En la campaña eran de lata o de bronce. También fueron muy solicitados los faroles. Muchos faroles fueron tasados entre los muebles del negocio, usados para iluminar tanto al comerciante como al cliente.

Más sofisticados fueron los quinqués, lámparas con depósitos de combustibles y tubos de cristal, que se colocaban sobre los mostradores de los almacenes. El combustible utilizado era en kerosene.

Lo raro, lo exótico y lo inusual

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; los niños figuritas de juguete; los adolescentes cohetes y artículos de pirotecnia y los pescadores líneas y anzuelos de fabricación local o inglesa.

Allá por 1868, don Juan Bautista Achiari exponía en su negocio un “caballito de madera”, y dos “muñecas vestidas” para los hijos de algún rico propietario rural⁴³.

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 mencionamos las plumas “de aves” o “de acero” para poder escribir.

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.

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.

⁴³ A.G.N. Sucesiones N°3563. Juan Bautista Achiari, Salto, 1868.

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”⁴⁴. 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”⁴⁵, 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 7 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.

De la pulpería al almacén finisecular

A mediados del siglo XIX, en los escaparates de los comercios minoristas rurales se ve un decreciente peso de los productos regionales —como los vinos cuyanos y “de la tierra” —a favor de una mayor afluencia de comestibles, bebidas y enseres de cocina provenientes de ultramar. Con relación a la indumentaria, “los fabricantes ingleses se esforzaban por imitar o vender prendas tradicionales como los sarapes de Saltillo o los ponchos argentinos”⁴⁶.

Buenos Aires ya se había vuelto vulnerable ante la industria textil europea y crecía entre los pobladores un entusiasmo por la moda. Al igual que otros puertos latinoamericanos, el consumo de productos europeos, los viajes y “el contacto con sus intelectuales, artistas e ingenieros, era algo más que una pose vanidosa o el mero deseo de estar a la última moda. Significaba colocarse en la cima del momento histórico...equivalía a ser moderno”⁴⁷.

Para analizar los cambios y continuidades en las pautas de consumo en las prostrimerías del siglo XIX, trabajamos con el Libro de cuentas del almacén de Don José Jamardo, ubicado en cuartel catorce del partido de Cañuelas.⁴⁸

Este Diario cuenta con 926 folios útiles donde están registradas las ventas al fiado de 129 clientes (113 hombres y 16 mujeres). Este tipo de fuente no nos muestra a toda la clientela sólo podemos acceder a aquellos que están comprando a cuenta. Para poder brindar una aproximación, confeccionamos una

⁴⁴ Mayo, Carlos (Director), *Juego, Estado y Sociedad en Buenos Aires (1730 – 1830)*, La Plata, Editorial de la UNLP, 1998, pp.156/157.

⁴⁵ A.G.N. Sucesiones N°3966. Luis Silva, Bahía Blanca, 1860.

⁴⁶ Bauer, A. J., op., cit., p. 470.

⁴⁷ Villalobos, Sergio, *Origen y ascenso de la burguesía chilena*, Santiago, 1987, pp.78/79.

⁴⁸ Para esta época el pago de las Cañuelas o como dicen las actas municipales el “pueblo de Carmen de las Cañuelas” es una pujante zona agropecuaria. En 1889, en la estancia San Martín nace La Martona, que sería la primera empresa láctea integral del país. Pero esta estancia ya había sido pionera en el desarrollo agropecuario en 1871 ya que desde este lugar salió la primera exportación de trigo a Europa. En las tierras donadas por Miguel de Uribelarrea se fundó en 1894 la primera Escuela agrotécnica de Sudamérica, el colegio salesiano “Don Bosco”.

muestra de 50 clientes. Entre ellos están los que compran casi todos los días y los que hacen compras más voluminosas entre 2 y 3 veces al mes. El diario se inicia el 10 de marzo de 1897, relevando la información que está asentada hasta el 24 de agosto del mismo año, cuando realizan el primer balance. En un período de cinco meses y catorce días abarcamos dos épocas del año (fin del estío y el invierno).

Alimentos y bebidas siguen siendo los rubros que ofrecen al público la mayor diversidad de productos: arroz, harina, yerba, azúcar, galletas y fideos, son los más solicitados. Le siguen los condimentos como la pimienta, el pimentón y el comino. Los clientes más potentes consumen durante los viernes de la cuaresma el importado y caro bacalao. Entre las infusiones se destacan el café en grano, el café molido, el té negro y el té de magnolia que reemplazan al chocolate.

No hay una gran venta de bebidas alcohólicas: podemos mencionar al vino de San Juan, el francés y algo de aguardiente; pero se ofrecen algunas novedades como el cognac, la ginebra, el vermouth y la Hesperidina.

Sigue el expendio de bebidas en el lugar. Doce clientes han consumido una copa de vino y de aguardiente o se han tomado un café.

Con relación a los artículos de vestir: sólo se vende ropa confeccionada para hombres, destacándose los pantalones sobre las bombachas, camisas y camisetitas. Pocos ponchos y muchos pañuelos de algodón. No se especifica el origen. Las mujeres siguen confeccionando su ropa con telas económicas y sencillas como el lienzo, el liencillo, el percal, el bombasi y el tartán, junto a carreteles de hilo, agujas, alfileres y todo tipo de cintas.

Las alpargatas han desplazado a las botas y botines.

Los artículos más raros son las bacinillas y las lebrillos de origen inglés, planchas, tramperas, una máquina hormiguicida y los grandes tambores de acaroina. Se sigue vendiendo jabón y agua de colonia o agua florida.

Los cambios más notables los vemos en el rubro alimentos y bebidas, y en algunos artículos destinados a la limpieza y el aseo personal. Las mujeres siguen cosiendo su ropa, mientras que los pantalones desplazaron al chiripá y los calzoncillos. Finalmente las alpargatas se impusieron sobre las botas de potro.

Conclusiones

Teniendo en cuenta la naturaleza de los comercios minoristas rurales, hemos podido reconstruir, con la ayuda de los inventarios y tasaciones, una realidad bastante alejada de aquella que los consideraba meramente como proveedores de las necesidades básicas de la población de la campaña bonaerense, población vista, por otra parte, como de corta necesidades y sin ningún refinamiento debido al entorno en el que se encontraba.

Después de la revolución, las telas más baratas importadas de Gran Bretaña tuvieron más aceptación, y tanto en Buenos Aires como su campaña se vieron inundadas de los productos ingleses. Pero la producción local no es desplazada totalmente de los negocios. En algunos casos, los artículos de manufactura local son más baratos que los importados. Podemos suponer que en la campaña la moda pesa menos que en la ciudad de Buenos Aires.

En casi todos los rubros es relevante la gran cantidad y variedad de artículos, de distinta calidad, precios y procedencia. Esto indica que el mercado consumidor era también variado, no sólo por su poder adquisitivo sino también por sus gustos y elecciones.

Es notable la casi ausencia de los “mentados” calzoncillos cribados que lucen en cuadros y litografías los gauchos bonaerenses. No fueron encontrados ni en las sucesiones personales ni en los inventarios de los negocios. Podemos concluir que éstos no eran una prenda de uso cotidiano. Si se hallaron, en algunas tiendas varias yardas de cribas y flecos. Podríamos asegurar que se compraban los calzoncillos comunes a los que se embellecían con estos adornos.

A partir de 1850 aproximadamente se empiezan a vender artículos (prendas y calzados) confeccionados –exclusivamente- para mujeres y niños. Advertimos que ambos comienzan a ser importantes dentro del mercado consumidor.

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 campesinos se preocuparon por mantener su higiene personal e íntima. 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.

A fines de siglo XIX, los comercios pierden la denominación de pulperías y comienzan a ser nombrados almacenes. Hay cambios entre los alimentos y las bebidas y en algunos artículos de limpieza y aseo personal. El hombre de campo ya se viste con pantalones y alpargatas mientras que las mujeres, alejadas de la moda, siguen confeccionado su ropa.

La sorprendente 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; como así también nos invita a replantearnos muchas cuestiones relacionadas con los usos y costumbres de aquellos habitantes.

Bibliografía

- ARNOLD, S., *Viaje por América del Sud, 1847-1848*, Buenos Aires, Emecé, 1951.
- AZARA, F. *Viajes por la América meridional*, Madrid, Espasa Calpe, 1923.
- BEAUMONT, J., *Viajes por Buenos Aires, Entre Ríos y la Banda Oriental*, Buenos Aires, Ateneo, 1935.
- BENAROS, L., Las boticas de antaño, en: *Todo es Historia*, Nº 33, enero 1970.
- BOSSIO J., *Historia de las pulperías*, Buenos Aires, Plus Ultra, 1970.

- CARRETERO, A., *Vida cotidiana en Buenos Aires.1 –Desde la Revolución de Mayo hasta la organización nacional (1810-1864)*, Buenos Aires, Planeta, 2000.
- CICERCHIA, R., *Historia de la vida privada en la Argentina*, Buenos Aires, Troquel, 1998.
- ESSEX VIDAL, E., *Picturesque Illustrations of Buenos Aires and Montevideo, consisting of twenty-four views; accompanied with descriptions of the scenery and the costumes; manners and the habitants of those cities and their environs*, Londres, 1820, reimpresso en Buenos Aires, Viau, 1943.
- FERNANDEZ BRAVO, A., *Literatura y frontera. Procesos de territorialización en las culturas argentina y chilena del siglo XIX*, Buenos Aires, Sudamericana, 1994.
- GARAVAGLIA, J.C., De la carne al cuero; los mercados para los productos pecuarios. Buenos Aires y su campaña, 1700-1825, en *Anuario IEHS*, 9, 1994.
- GELMAN, J., El mundo rural en transición, en: Noemí Goldman (Dir.) *Nueva Historia Argentina. Revolución, República, Confederación (1806-1852)*, Buenos Aires, Sudamericana, 1999.
- , 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.
- GONZÁLEZ BERNAUDO, P., Las pulperías de Buenos Aires; historia de una expresión de sociabilidad popular, en: *Siglo XXI, Revista de Historia*, México, Instituto Mora, 1993.
- GRAHAM, C., *Relatos del tiempo viejo*, Buenos Aires, Editorial Peuser, 1955.
- HALPERIN DONGHI, T., *Revolución y guerra*, México, Siglo XXI. 1979.
- MAC CANN, W., *Viaje a caballo por las provincias argentinas*, Buenos Aires, Hyspamérica, 1985.
- MAYO, C (Director), *Estancia y sociedad en la pampa, 1740-1820*, Buenos Aires, Biblos, 1995.
- , *Juego, Estado y Sociedad en Buenos Aires (1730-1830)*, La Plata, Editorial de la Universidad Nacional de La Plata, 1998.

- , *Pulperos y pulperías de Buenos Aires (1740-1830)*, Buenos Aires, Editorial Biblos, 2000.
- , *Vivir en la frontera (1770-1870)*, Buenos Aires, Editorial Biblos, 2001.
- MIERS, J., *Viaje al Plata, 1819-1824*, Buenos Aires, Editorial Solar-Hachette, 1968.
- PORRO, ASTIZ & ROSPIDE, *Aspectos de la vida cotidiana en el Buenos Aires virreinal*, Buenos Aires, Universidad Nacional de Buenos Aires, 1982.
- PRIETO A., *Los viajeros ingleses y la emergencia de la literatura argentina, 1820-1850*, Buenos Aires, Sudamericana, 1996.
- RODRIGUEZ MOLAS, R., *Historia social del gaucho*, Buenos Aires, Editorial Marú, 1968.
- SALVATORE, R., Consolidación del régimen rosista (1835-1852) en: Noemi Goldman(Dir.), *Nueva Historia Argentina. Revolución, República, Confederación (1806-1852)*, Buenos Aires, Sudamericana, 1999.
- SANCHEZ, M., *Recuerdos del Buenos Aires Virreinal*, Buenos Aires, Emecé, 1962.
- SLATTA, R., Pulperías and contrabans. Capitalism in Nineteenth century, Buenos Aires Province”, en *The Americas*, XXXVIII, febrero de 1982.
- WILDE, J.A., *Buenos Aires desde setenta años atrás*, Buenos Aires, Biblioteca de “La Nación”, 1908.