



## LEER, COMPRAR Y COCINAR. UNA APROXIMACIÓN A LOS APORTES DE LOS *RECETARIOS* DE COCINA EN EL PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE LAS MUJERES AMAS DE CASA Y CONSUMIDORAS, ARGENTINA 1880-1940

Paula Caldo<sup>1</sup>

**Resumen:** La presente comunicación persigue el propósito de condensar las principales hipótesis de una pesquisa en torno al proceso de feminización de la transmisión escrita del saber culinario en Argentina durante el período 1880-1940. En este caso en particular, capitalizando los aportes de la historia sociocultural, la historia de las mujeres y la historia de la alimentación, expondremos cómo el saber culinario al transformarse en escritura y, por lo tanto, en productos editoriales (libros, folletos, secciones de revistas, etc.) resultó ser un propulsor de actos de consumo orientados al público femenino. Así, por un lado, revisaremos cómo estos textos fueron tanto objetos de consumo en sí como disparadores de otros consumos (alimentos, utensilios, etc.), pero, por otro, estos escritos, lejos de ser ingenuos compendios de recetas culinarias, llevaron consigo una carga prescriptiva y performática que apuntó a direccionar el accionar de las mujeres tanto en el espacio privado como en el público.

**Palabras clave:** Mujeres. Consumo. Cocina. Recetarios de cocina. Transmisión.

### Introducción

Esta comunicación teje sus líneas de sentido en torno a uno de los pequeños dramas de la vida cotidiana: el proceso de feminización de la transmisión escrita del saber culinario, los soportes textuales dedicados a ello, la fuerza performativa de dicho discurso y la pregunta por las mujeres en plural que protagonizaron la experiencia de escribir, leer, cocinar y consumir a partir de los *recetarios* de cocina en Argentina entre 1880 y 1940 (Caldo, 2011). Para ello, el corpus de fuentes tratado es una serie de *recetarios de cocina* que comenzaron a circular a fines de la década de 1880, acentuando cantidades y estilos en el devenir de la primera mitad del siglo XX.

La hipótesis principal sostiene que estos libros escritos por y para mujeres, lejos de toda inocencia, pretendieron configurar un dispositivo de disciplinamiento, control y educación destinado al público femenino. Mientras que las prácticas, contenidos y formas de la cocina fueron variando en el devenir de las décadas, el sitio de las mujeres en el hogar fue perfeccionándose en relación con la domesticidad, el cuidado de la familia y el rol de *ángel del hogar*. Se procuró moldear a una mujer que, al alimentar a su prole, también le proveyó valores, rituales, pautas de conducta y maneras de ser.

Esta hipótesis general, cuya validez se prolonga a lo largo de nuestra periodización, conlleva dos hipótesis secundarias. La primera indica que, para escribir las prácticas culinarias, las autoras debían conocer las técnicas de la lecto-escritura. Esto provocó que, entre 1880 y 1920, las primeras

---

<sup>1</sup> CONICET-ISHIR/FHyA-UNR



interesadas no fuesen cocineras sino señoras letradas y, por supuesto, dotadas de recursos económicos para solventar el costo de las publicaciones. Ellas, en un trabajo de colaboración con las cocineras de oficio, compilaron y publicaron sus libros. *Recetarios* estos que, sin apuntar abiertamente a la consolidación de una mujer ama de casa, eran el registro etnográfico de la cultura alimentaria de una época. Precisamente, estos libros comenzaron a circular en un terreno aledaño mas no igual al de la *Economía Doméstica*, disciplina que en aquel entonces sí bregaba por la educación de la mujer en su rol de responsable del hogar (Caldo, 2012). Empero, el proceso de feminización de la escritura culinaria inexorablemente inscribió a las mujeres en el registro de una *gramática culinaria* que no podía sustraerse del universo del hogar. Aunque en la práctica concreta no cocinaran, en el plano *discursivo* las *señoras* eran dueñas de casa y, como tales, contribuyeron a la transformación de los quehaceres domésticos en un saber específico que les permitió transitar, desde una arista políticamente correcta, el universo de las publicaciones editoriales y, desde allí, direccionar el deber ser femenino.

Si los primeros *recetarios* de cocina fueron escritos por señoras sibaritas, viajeras y casi etnógrafas legitimadas por el rol de amas de casa, el siglo XX vendría a imprimir cambios en el perfil de las autoras. Es por ello que nuestra segunda hipótesis afirma que, en la década de 1930, se renovó ese rol de autora dando lugar a la *experta en cocina*. Se trata de mujeres que irrumpieron en la escena pública como profesionales, como transmisoras, pero también como trabajadoras remuneradas en el rubro de la cocina. Acompañando el proceso, la cocina se transformó en el eje de la *Economía Doméstica*. Al llegar la década de 1940, las mujeres cocineras pasaron a ser los *ángeles del hogar*, guardianas y puntales morales y simbólicos de las familias.

Así, en el cuerpo del presente escrito afloran dos partes. En la primera, concentramos la atención en las escritoras de *recetarios* de cocina clásicos (1890-1920) para demostrar que estas autoras, más que cocineras, fueron mujeres letradas escribiendo la cocina como una práctica cultural y no tanto como una prescripción propia de la *Economía Doméstica*. En todo caso, la fuerza performativa del género gravitó en el tema elegido. Ellas se colocaron bajo la luz pública escribiendo *recetarios*, un saber que a todas luces parecía anidar en las artes de hacer y, por ende, en las *manos* femeninas. El contenido de los libros fue producto de un trabajo coral y de conjunto, entre mujeres que se dieron a conocer a partir de un tema, quizás no practicado pero sí aceptado socialmente como femenino: *la cocina*. Un tópico de escritura en el cual se continuaron reproduciendo diferencias de clase a partir del control escrito del saber culinario.



En cambio, la segunda parte se distingue fundamentalmente por la intervención del mercado y sus consecuentes estrategias publicitarias. Si las otrora autoras fueron damas de los sectores acomodados de la sociedad, capaces de escribir pero no necesariamente de cocinar, las nuevas se legitimaron gracias a su *saber hacer* en la cocina. Así, las empresas de productos alimenticios y las editoriales contaron con la colaboración rentada de especialistas en *Economía Doméstica* que, en realidad, eran *cocineras*. Desde la prensa gráfica a los folletos de marcas, y desde estos a los *recetarios* de autora; tal será el trayecto recorrido por la cocina industrial y comercial en Argentina (Goody, 1995). A partir del estudio de los citados soportes textuales, exponemos cómo el mercado, valiéndose de sus estrategias publicitarias, capitalizó el saber culinario en beneficio del fomento del consumo y, para ello, desplegó un discurso que, amparado en la aparente superación, insistía en hacer coincidir a la mujer consumidora con la madre, doméstica, ama de casa y cocinera. Se reforzaba así una construcción muy férrea del sitio de lo femenino, donde la lógica del mercado operaba en beneficio de una *inclusión excluyente* de las mujeres en el espacio público.

Escribir *recetarios* de cocina y cocinar a partir de ellos son prácticas que, de una u otra manera, se vinculan con los actos de consumo, femeninos en nuestro estudio en particular. Comprar el *recetario* y los ingredientes son gestos que anteceden a las prácticas culinarias aquí tratadas. El largo plazo que recorre nuestro estudio lleva en su interior el pasaje de la Argentina de la *sociedad con consumo* a la *de consumo*. En la bisagra de los siglos XIX y XX, si bien los varones y las mujeres consumían, el acto de comprar no era eje de las prácticas y de sus vidas; en cambio, el devenir del siglo XX, marcado por crisis y reestructuraciones del mercado capitalista, hará del acto de comprar el motor de las prácticas sociales. Así, en la *sociedad de consumo* comprar supondrá una obligación que tematiza la vida, y las mujeres ocuparemos un lugar relevante en tal proceso (Rocchi, 1999). Vale aclarar que, por ser esta una pesquisa claramente anclada en la historia cultural, la periodización que la sostiene posee demarcaciones cronológicas fluctuantes y aproximativas (Barrán, 2008).

### **Los recetarios y las autoras de la sociedad con consumo (1880-1920)**

A fines del siglo XIX comenzaron a circular en Argentina algunos *recetarios* de cocina escritos por mujeres. Se estima que estos libros, destinados a transmitir *artes de hacer* (de Certeau, 2006) como la cocina, estaban condenados a ser fagocitados por las mismas prácticas. Conservados en las cocinas, utilizados para guiar acciones pero también como portadores de un saber estimado menor, no fueron sometidos a los mismos rituales de conservación que otro tipo de bibliografía de corte literario o científico. Asumiendo el gesto corrosivo del tiempo, hemos hallado tres títulos



cuyas autoras fueron mujeres argentinas oriundas de diferentes ciudades y marcadas por experiencias vitales diversas, pero todas ellas letradas y cercanas a círculos masculinos de poder. Las presentamos en el siguiente cuadro:

	<b>Juana Manuela Gorriti</b>	<b>Teófila Benavento/te (Susana Torres de Castex)</b>	<b>Marta (Mercedes Cullen de Aldao)</b>
<i>Autora de</i>	<i>Cocina ecléctica</i> (1890)	<i>La perfecta cocinera argentina</i> (1888)	<i>La cocinera criolla y recetario curativo</i> (1914)
<i>Año y lugar de nacimiento</i>	1816 (1892) – Salta	1866 (1937) – Buenos Aires	1865 (1957) – Santa Fe
<i>Hija de</i>	José Ignacio Gorriti y María Feliciano Zuviría	Gregorio Torres y Joaquina Arana	Tomás Cullen y Rodríguez del Fresno y Josefa Comas
<i>Casada con</i>	Manuel Belzú	Mariano Castex	José Aldao y Zaballa
<i>Dedicada a</i>	Escritora y fundadora de una de las primeras escuelas de señoritas en Lima. Anfitriona de tertulias literarias.	Dama de la sociabilidad de la ciudad de Buenos Aires, sus prácticas eran extravagantes. Poco afecta a participar en sociedades de beneficencia. Vida sibarita y viajera.	Dama de la sociedad de beneficencia de Santa Fe.
<i>Editorial</i>	Librería Mayo de Carlos Casavalle (Buenos Aires)	Jacobo Peuser (Buenos Aires)	Luis Gili Librero-Editor (Barcelona)
<i>Contexto de edición</i>	Casi al final de su vida decide editar el libro, principalmente para obtener dinero que le permita sobrevivir, pero también para competir con una colega española, Emilia de Pardo Bazán.	Edita las recetas que ella misma cocinaba. Su casona porteña se destacó por tener una cocina moderna y luminosa donde ella ensayaba sus recetas. La identidad de Teófila fue revelada por una de sus hijas en 1940, cuando dona los derechos de autor de su madre a una institución benéfica.	Publica el <i>recetario</i> para recaudar fondos a fin de construir la capilla del Hospital <i>La Caridad</i> de la ciudad de Santa Fe, por entonces dirigido por su hermano, José María Cullen. Los fondos obtenidos con la venta del libro logran tal cometido.

Con nombre propio o acudiendo a seudónimos (Batticuore, 2005), estas mujeres emprendieron un trabajo de escritura y publicación del saber culinario cuyo contenido, lejos de derivar de la experiencia personal como amas de casa, resultó ser producto de un ejercicio de compilación de recetas de cocina. Ellas, provenientes de los sectores encumbrados del país,



utilizaron los atractivos de la temática culinaria como un atajo para adentrarse en el mercado editorial y de ese modo obtener recursos, ya sea para la subsistencia personal (caso de Gorriti), para la beneficencia (Cullen de Aldao) o como gusto personal (Torres de Castex). De esta forma, la cocina operó en estas vidas femeninas como un elemento de la cultura general y no como un saber directo y alusivo a los quehaceres del ama de casa. En general, ellas fueron compiladoras del saber culinario mas no cocineras. Para publicar sus libros debieron negociar, por un lado, en el mundo editorial (fundamentalmente masculino), y, por otro, en el propio de las mujeres cocineras (fuentes del saber culinario). El resultado fue un conjunto de libros de cocina escritos desde la mesa, desde el comedor, con los valores, gustos y formas de la cultura dominante y bajo la supervisión de alguna experta en el oficio.

Más allá de las diferencias biográficas, la escritura de la cocina es hojaldrada, escondiendo entre sus capas diferentes voces (propias, ajenas, robadas, prestadas, etc.). Estos libros formaron parte de los primeros de autoría femenina destinados a poner por escrito un conjunto de prácticas que hasta entonces anidaban en la plena oralidad e incluso en la mera acción. De hecho, muchas de estas recetas serán listados de ingredientes con escasas alusiones a los procedimientos que, por residir en el hacer, dificultaban su puesta en relato (Ong, 1997). Recuperando la materialidad y la simbología de las fórmulas culinarias, confirmamos que se trató de una cocina escrita por mujeres que vivieron el hecho alimentario desde la fase del consumo, desde la mesa y como parte de la sociabilidad, no así desde la cocina misma (Goody, 1995). Sin embargo, en franca alianza con las cocineras de oficio, las escritoras propusieron un saber que, aun dirigido a sus congéneres y con la figura de la mujer guardiana del hogar presente, las interpeló como lectoras, viajeras, sibaritas y mundanas.

Finalmente, si nos preguntamos cuál era el objeto ofrecido para el consumo en esta primera etapa, la respuesta es: *el recetario* en sí y no así los productos alimenticios o los utensilios y artefactos de cocina (como sí lo serán en décadas venideras). Indicios de ello es la ausencia de firmas comerciales en el texto y el uso indiferenciado de los nombres genéricos con respecto a los mismos productos popularizados por las marcas.

### **Los recetarios de la sociedad de consumo (1920-1940)**

A mediados de la primera mitad del siglo XX fue perfilándose un nuevo modo de transmitir el saber culinario. Estimamos que analizar tal cambio requiere interpretar el lugar que las mujeres ocuparon en la *sociedad de consumo* y en el discurso de una de sus principales estrategias: la publicidad. La crisis de 1930 marcó una reestructuración en las prácticas de compra y venta y su



recuperación económica trajo consigo la hegemonía de las mujeres en los actos de consumo. La publicidad interpeló al ama de casa, madre, novia, esposa, maestra, a los efectos de guiarla en la compra de alimentos, vestuario, cosméticos, productos de higiene y mobiliario de uso más familiar que personal (Rocchi, 1999). En esta acometida, los ingredientes culinarios ocuparon un lugar de privilegio, y los *recetarios* de cocina junto a sus expertas autoras fueron aliadas indiscutidas de tal proceso. Por tanto, la novedad supuso la renovación del modo de transmitir la cocina.

En el año 1934, Petrona C. de Gandulfo publicó un libro emblemático que aún hoy anida en el imaginario de los/as argentinos/as como el *best-seller* de la cocina nacional: *El libro de doña Petrona. Recetas de arte culinario* (Pite, 2013). Sin embargo, lo interesante de la experiencia de Petrona es que, lejos de ser aislada, se inscribe dentro de las de un grupo de mujeres que se dedicaron específicamente a transmitir el saber culinario a sus congéneres. Esa especialización conllevó una formación en *Economía Doméstica* (la ecónoma) y en cocina (en academias destinadas a tal fin) que permitía a la poseedora trabajar en las secciones de *Economía Doméstica* de la prensa en general o de la prensa femenina en particular, como así también en los departamentos dedicados al rubro que sistemáticamente fueron montándose en las fábricas de productos alimenticios. Ejemplo de ello resulta ser Lorenza Taberna, quien fuera la ecónoma y directora del área de *Economía Doméstica* de la marca de polvo leudante *Levarol* y, en esta condición, publicó numerosos *recetarios* de cocina de la firma y uno propio llamado *La cocina de Lorenza Taberna* (años 1940). A este nombre podemos sumar: Ida P. de Ruiz Rivas (1935, ecónoma de *Swift*), Julia E. de Bourdieu (1939, revista *Damas y damitas*), Elvira Rigner (1939, diario *La Capital*, Rosario), entre otras. En esta misma línea, otras marcas como *Royal* o *Maizena* mantuvieron la lógica del seudónimo (Batticuore, 2005) para aludir a la ecónoma garante de las recetas: *Laura Real* (*Royal*, 1930) o *Doña Maizena* (1940).

Ahora bien, cabe explicar cómo circulaba la información culinaria producida por estas mujeres y con qué fines. En principio, la publicidad aparecida en la prensa periódica o semanal promocionaba los productos valiéndose de anuncios que combinaban el texto propagandístico con las recetas de cocina y el cupón de canje para recibir el *recetario*. En consecuencia, este último se obtenía enviando, vía correo postal, el cupón, acompañado de un número determinado de etiquetas de los productos en cuestión, a la casa central de la marca correspondiente.

Entre 1920 y 1945 hemos avistado el proceso de consolidación de la mujer como receptora pero también como productora y autora del saber culinario. Un saber cuyo contenido y forma fueron paulatinamente modificados por los usos y costumbres de la *sociedad de consumo*. De este modo, al



tiempo que se unificaron criterios de pesos y medidas, de marcas y nombres genéricos, fueron separándose las recetas en dos partes: la lista de ingredientes (a resolver en el mercado) y los procedimientos (a trabajar en la cocina). Los quehaceres culinarios fueron revolucionados por la industria y, por ende, sus hacedoras operaron con adelantos y procedimientos desconocidos para sus predecesoras. Las tareas se agilizaron pero siguieron gravitando, aun con más densidad, sobre las figuras femeninas.

### **Finalmente**

Mediante una síntesis encorsetada, reseñamos la experiencia de mujeres dedicadas a la tarea de compilar, escribir y publicar recetas de cocina. Una actividad que, desde larga data, venían practicando los varones y que ahora alcanzaba a las mujeres. Las pioneras, lejos del oficio de cocineras, fueron señoras sibaritas, viajeras, cultas y situadas en los sectores acomodados de la sociedad. La condición social fue la nota que, al tiempo que las eximió de los quehaceres diarios de la cocina, posibilitó el acceso al lugar de autoras. Ellas fueron, en general, compiladoras de recetas. Evidencias de dicho rol quedaron ilustradas en la heterogeneidad propia de la prosa de cada una de las propuestas culinarias. Ciertas fórmulas respondieron a una estructura discursiva común, pero otras se presentaron de acuerdo a la singularidad de cada una de las mujeres que, en la trastienda de la obra, colaboraron con la autora. Esta última, después de reunir las recetas, estamparía su nombre o un seudónimo en la portada del libro. Estos *recetarios* conformaron un corpus de textos no homogéneo, destinado a la transmisión de una cocina ecléctica y mestiza, donde lo criollo y regional se mixturó con la alta cocina francesa (estimada internacional) y algunas nota culinarias aportadas por los inmigrantes (italianos, españoles, alemanes, ingleses, etc.). Estas damas tuvieron a bien narrar la cocina desde la mesa y desde el comedor.

Sin embargo, la transmisión escrita del saber culinario cambió de fisonomía a partir de la ampliación del mercado de productos alimenticios. En la década de 1920 comenzaron a circular pequeños libros, casi folletos, portando las voces de una cocina dirigida por las marcas de productos alimentarios. La existencia de estos *recetarios* no se debió al deseo de un grupo de mujeres viajeras o solidarias, sino a la apuesta de un mercado consecuente con el surgimiento de *la sociedad de consumo*. En otras palabras, si en las décadas bisagra de los siglos XIX y XX los *recetarios* emergieron en el marco de una *sociedad con consumo*, los años veinte traerían consigo la cocina y las escritoras del saber culinario de la *sociedad de consumo*. Las mujeres que participaron en la elaboración de estos textos se legitimaron por la formación y el conocimiento en el oficio de cocinar. Asimismo, dicho saber permitía ingresar en el mercado laboral y publicar sus *recetarios*



con el auspicio de las marcas. Se presupuso que, para ellas, trabajar en este rubro, más que una conquista, era una habilitación a descubrir un atributo inscripto en la sensibilidad femenina. En otras palabras, cocinar y enseñar la cocina eran cosas de mujeres.

Ahora bien, el supuesto central es que las primeras escritoras produjeron sus recetas en el marco de una *sociedad con consumo*, en la cual, si bien estaban presentes y sugeridos algunos productos con marcas, el modo de nombrarlos corroboró que la promoción del consumo mercantil no era la principal intención que movía los hilos de la acometida editorial en torno a la problemática culinaria. En todo caso, el producto a comercializar era el libro mismo. Justamente, *La cocinera criolla* aludirá al *polvo royal* en minúscula o a la *maicena* con “c” y también como sustantivo común. El nombre genérico se confundía con la marca comercial y eso no parecía ser un problema para las autoras ni responder a la demanda de un patrocinador comercial. El fin que motivaba la existencia de esos *recetarios* pasaba por el lucimiento personal de la autora o por sus tareas vinculadas a la caridad. Pero, en los años veinte, estos libros empezaron a coexistir con otros que, en formatos editoriales sencillos, transmitían la cocina desde la iniciativa de las marcas. Esta impronta fue conquistando gradualmente la región editorial destinada a la transmisión del saber culinario doméstico y hogareño y, en su acometida, transformó el perfil asignado a las mujeres (autoras o receptoras). Justamente, a mediados de los años treinta, nombres de cocineras y marcas comerciales se mancomunaron para transmitir el saber culinario. En esta acometida, el libro dejará de ser un objeto de consumo en sí para transformarse en un disparador de consumos culinarios y femeninos.

## **Bibliografía**

Barrán, José Pedro (2008) *Historia de la sensibilidad en el Uruguay*, Ediciones de la Banda Oriental, Uruguay.

Batticuore, Graciela (2005) *La mujer romántica. Lectoras, autoras y escritoras en la Argentina: 1830-1870*. Edhasa, Buenos Aires.

Caldo, Paula (2011) *Efectos performativos de los recetarios de cocina sobre la subjetividad femenina. Libros, revistas y folletos para la transmisión escrita de las prácticas culinarias, espacios urbanos argentinos, fines del siglo XIX y primera mitad del siglo XX*, Tesis de doctorado, FHyA-UNR.

Caldo, Paula (2012) “Una disciplina con urbanidad: la Economía Doméstica. Aproximaciones a la problemática desde el Monitor de la Educación Común”. En Kaufmann, Carolina (directora) *Ahorran, acunan y martillan. Marcas de urbanidad en los escenarios educativos argentinos (primera mitad del siglo XX)*, Eduner, Entre Ríos.



De Certeau, Michel, Giard, Luce, Mayol, Pierre (2006) *La invención de lo cotidiano II. Habitar, cocinar*. Universidad Iberoamericana de Estudios Superiores de Occidente, México.

Goody, Jack (1995) *Cocina, cuisine y clase*. Gedisa, Barcelona.

Ong, Walter (1997) *Oralidad y escritura*. FCE, México.

Pite, Rebekah (2013) *Creating a Common Table in Twentieth-Century Argentina: Doña Petrona, Women & Food*. TUNCP, EEUU.

Rocchi, Fernando (1999) “Inventando la soberanía del consumidor: publicidad, privacidad y revolución del mercado en Argentina, 1860-1940”. En Devoto, Fernando, Madero, Marta – directores– *Historia de la vida privada en Argentina II. La Argentina plural: 1870-1930*. Taurus, Buenos Aires.

### **Reading, buying, and cooking. An approach to the contributions of cookbooks to the process of construction of housewives and consumers women, Argentina 1880-1940**

**Abstract:** This paper has the purpose to condense the main hypothesis from a research about the process of feminization of written transmission of culinary knowledge in Argentina during the 1880-1940 period. In this particular case, capitalizing the contributions from sociocultural history, women’s history and culinary history, we will explain how culinary knowledge –by transforming in writing and, therefore, in editorial products (books, leaflets, magazine sections, etc.)–, became a promoter of consumption acts oriented to feminine public. In this way, on one side, we will examine how this texts were as much consumer goods themselves as a trigger of other consumer goods (food, utensils, etc.), but, on the other side, this writings, far away from being naive compendiums of culinary recipes, carried a prescriptive and performative burden that aimed to direct women’s actions as much in private space as in the public one.

**Keywords:** Mujeres. Consumo. Cocina. Recetarios de cocina. Transmisión.