

DEPARTAMENTO DE PROYECTOS ARQUITECTÓNICOS
ESCUELA TÉCNICA SUPERIOR DE ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE MADRID

ARQUETIPOS DE UNA IDENTIDAD URBANA
CAFÉS Y BARES MONTEVIDEANOS - (1900 a 1960)

Autora: Arquitecta Laura Fernández Quinteiro

Director: Doctor Arquitecto José María de Lapuerta Montoya

Tribunal nombrado por el Magfco. y Excmo. Sr. Rector de la Universidad Politécnica de Madrid, el día.....de.....de 20....

Presidente: _____

Vocal: _____

Vocal: _____

Vocal: _____

Secretario: _____

Suplente: _____

Suplente: _____

Realizado el acto de defensa y lectura de la Tesis "ARQUETIPOS DE UNA IDENTIDAD URBANA. CAFÉS Y BARES MONTEVIDEANOS - (1900 a 1960)" el díade.....de 20.... en la E.T.S. de Arquitectura.

EL PRESIDENTE

LOS VOCALES

EL SECRETARIO

AGRADECIMIENTOS

Tutor: José María de Lapuerta Montoya

Asesores: Nery González, Leonardo Gómez, Salvador Schelotto, Gustavo Scheps

Colaboradora permanente: Carolina Gazzaneo

Colaboradores gráficos: Marcelo Gualano, Fiorella Cobas, Virginia Delgado

Informantes calificados: Alejandro Michelena, Ricardo Capozzolo (Carpintería), Eduardo Folle (Bar Tabaré), Omar Gil (Café Tupí Nambá), Marcelo Marzol (Café Británico), Jose Pita (Su bar), Juan Carlos Vanini (Café Sorocabana)

Propietarios de cafés y bares

CAMBADU (Centro de Almaceneros Minoristas, Baristas y Afines del Uruguay) y en especial a: Mario Menéndez, Daniel Fernández, José Luis González, Amalia Quirici

Pedro Feduchi - Cafés Madrid y asesoramiento general

Horacio Spinetto - Cafés Buenos Aires

María de las Nieves Arias Incollá - Dirección General del Patrimonio del Gobierno de Buenos Aires

Javier Olascoaga - Cafés París

Instituto de Historia - Facultad de Arquitectura, en especial a Jorge Sierra

Biblioteca - Facultad de Arquitectura

Consejo - Facultad de Arquitectura

A mi familia

ÍNDICE

RESUMEN / ABSTRACT	7
0 INTRODUCCIÓN	14
Línea de tiempo	23
Montevideo / Ejemplos estudiados	25
1 ANTECEDENTES / PULPERÍAS	28
Pulperías rurales	32
Pulperías urbanas	34
Roldós (1868)	39
Cavalieri (1920)	47
2 PRIMEROS CAFÉS	56
El café: bebida	58
El café: establecimiento comercial	60
Horror vacui	62
El espejo	63
Primeros cafés montevideanos	65
3 GRANDES CAFÉS	70
1890 a 1920 / Pza. Independencia	
Tupí Nambá (1889)	81
1920 a 1940 / Av. 18 de Julio	98
Tupí Nambá -18 de Julio (1926)	100
Sorocabana (1939)	103
4 CAFÉ Y BAR	116
1880 a 1930 / Ciudad Vieja y Centro	
Ordenanzas Municipales	122
Florida (1930/foto)	125
Fun Fun (1895)	127
Brasilero (1877)	131
Thonet/"la silla de las sillas"	133
5 ALMACÉN Y BAR	140
1900 a 1930 / barrios	
Ordenanzas Municipales	145
La Giraldata (1900)	147
Tabaré (1919)	153
Montevideo Sur (1930)	163

6 ALMACÉN Y BAR + VIVIENDA	172
1940 a 1950 / barrios	
Tipología	174
Equipamiento/estandarización	178
Calificación artesanal	181
Enseñanza del dibujo	183
Smidel (1940)	187
Micon's (1940)	193
Su Bar (1940)	199
El Volcán (1947)	205
Rey (1950)	213
La Picada (1950)	221
 7 CAFÉ Y BAR	 230
1950 A 1960 / barrios	
El modelo de bar americano	232
Autores	233
La huella del Dr.Figari	234
Cultura arquitectónica/Artes y Oficios	236
Primavera (1950)	239
Matuca (1950)	245
Yatasto (1958)	253
Unibar (1960)	261
 8 CATALOGO	 268
 9 REFERENTES NOTABLES	 281
Adolf Loos	283
J.J.P. Oud	289
Madrid	293
Buenos Aires	317
París	327
 10 CONCLUSIONES	 342
 BIBLIOGRAFÍA	 365
 FUENTES CONSULTADAS	 371

RESUMEN

“Arquetipos de una Identidad Urbana” propone investigar sobre un conjunto de obras pertenecientes a los programas arquitectónicos CAFÉ / BAR / CAFÉ Y BAR / ALMACÉN Y BAR / ALMACÉN Y BAR + VIVIENDA, sobre su esencia y las imbricaciones con las circunstancias que las rodean. Se trata de obras que no han sido registradas por la historiografía de la arquitectura nacional, que no fueron realizadas por arquitectos, y que no cuentan con legitimación por parte de la academia.

La hipótesis: la presencia del Café y Bar en la cultura urbana europea se trasladó a Montevideo como la expresión de un correlato en el que se detectan constantes en las pautas compositivas y en las categorías formales y sensibles. Dichas invariantes -tangibles e intangibles- inducen al reconocimiento de elementos arquetípicos que hacen a la esencia e imagen del programa arquitectónico, en estrecho vínculo con un modelo de ciudad. Insertos estratégicamente en las esquinas, y ampliamente extendidos en la trama urbana, los Cafés y Bares se constituyeron en polos culturales y sociales que signaron una identidad urbana. Los cambios culturales producidos en las dos últimas décadas -que se reflejan en los hábitos de consumo- se manifiestan en la sustitución del Café y Bar tradicional por nuevas formas comerciales -en especial los “malls” o “shoppings”- que instauran una identidad urbana diferente.

El método se basó fundamentalmente en la herramienta elegida para el estudio de casos: el dibujo como forma de pensar la arquitectura y a través del mismo explorar la factibilidad de hacer “visible lo no visible”. En paralelo, se desarrolló la reflexión discursiva, mediante el estudio de las variables: programática, inserción urbana,

tipología, autores, estado de las artes y la industria, ordenanzas municipales, lenguajes arquitectónicos, equipamiento fijo y móvil, e influencias extranjeras.

Las conclusiones se plantean en distintos niveles:

Se reflexiona sobre el rol que cumplieron los Cafés y Bares en la ciudad, actuando como motores, por su condición productiva, dentro de las reglas de juego del urbanismo no planificado por especialistas. Fueron condensadores sociales, producto del trabajo colectivo de manos anónimas, que conformaron puertas de la ciudad en la frontera de lo público, dando escala a los espacios elegidos -por excelencia- para el encuentro urbano.

El tipo estuvo implícito en la producción, cada nuevo Café y Bar imitó a otro Café y Bar conocido, sus reglas compositivas fueron transmitidas por la tradición. Todos tuvieron -y siguen teniendo- los mismos elementos arquetípicos: la barra o mostrador (el más destacado, por razones funcionales y para que el cliente reconozca la imagen del lugar). Pero a su vez la palabra “mostrador” significa “que muestra”, que expone algo a la vista, como la vitrina, que señala algo para que se vea. Concepto que se extiende al espejo, elemento que define una tipología de edificios, que habilita el “ver y ser visto” y que representa también el arquetipo del café. Del mismo modo que los grandes ventanales que se abren a la calle, así como las mesas interiores y exteriores, en especial éstas últimas que se presentan en el espacio público de vereda como el máximo exponente de la exhibición. No obstante, en otros casos, se privilegió la protección de la intimidad por la también arquetípica *boisserie*, las domésticas sillas

de Viena y un bajo nivel de iluminación, que propician la introversión. El diseño integral y la unidad ambiental fueron búsquedas permanentes, principalmente para obtener el máximo aprovechamiento del espacio y el logro de la sencilla eficiencia. Estas exigencias –dentro de las que subyacen principios de base ergonómica- pautaron la composición arquitectónica en todas sus escalas, dando lugar a la estandarización de gran parte de los componentes. Sus anónimos autores, tomaron el estilo arquitectónico de una manera no rigurosa, mirando de reojo lo que estaba pasando en los países productores de cultura, pero haciéndole un caso relativo.

Epílogo: En la actualidad, el rol de atractor público y social inherente a los Cafés y Bares se ha perdido, la ciudad se ha dejado de articular por los mismos. Inexorablemente, Montevideo siguió los pasos de todas las capitales mundiales- y las Megaestructuras (“Shopping Centers”, “Malls”, “Hipermercados”) se arraigaron, crecieron y multiplicaron, pero “succionando” a todo competidor ubicado dentro de su área de influencia. Son consecuencia de “Junkspace” -término acuñado por Rem Koolhaas-, secuela de la modernización, que impuso cambios conceptuales en la arquitectura con la aplicación de un modelo único, repetible, globalizador, que determinó que todas las ciudades se parecieran entre sí.

ABSTRACT

"Archetypes of an Urban Identity" proposes to investigate on a set of works belonging to the architectural programs COFFEEHOUSE / BAR / COFFEE HOUSE AND BAR / STORE AND BAR / STORE AND BAR + HOUSING, regarding their essence and the overlaps with the circumstances that surround them. It is about works that have not been registered by the nation's architectural history, works that have not been performed by architects, and do not possess academic legitimization.

The hypothesis: the presence of the Coffeehouses and Bars in the European urban culture moved to Montevideo as the expression of a correlation detecting constant elements in the constitutive guidelines and in formal and sensitive categories. Those invariants -at once tangible and intangible- induce the recognition of the archetypal elements which make up the essence and image of the architectural program, in close connection with a certain model of the city. Strategically located in corners, and widely extended throughout the urban scheme, coffeehouses and bars constituted cultural and social poles which put a stamp on urban identity. The cultural changes produced in the last two decades - reflected on habits of consumption - manifest themselves in the replacement of the traditional coffeehouse and bar with new commercial forms - especially malls or shopping centres - that establish a different urban identity.

The method based itself in the tool chosen for the cases of study: the drawing as a way of thinking architecture and, through it, being able to explore the feasibility of rendering "visible the invisible". In parallel, a discursive reflection was developed through the study of variables, namely the program, urban insertion, typology, authors, the

state of the arts and industry, city codes, architectural language, fixed and mobile equipment and foreign influences.

The conclusions appear on different levels:

The role that coffeehouses and bars played within the city, acting as engines due to their productive nature, within the set of rules of an urbanism not planned by specialists, is a topic of discussion. They acted as social condensers, a product of the collective work of anonymous hands, which became the doors of the city at the boundaries of public realm, giving scale to the chosen spaces – par excellence – for urban encounters.

The type was always implicit in the production: each new coffeehouse and bar imitated one previously known, its constitutive rules were transmitted by tradition. They all had – and still have – the same archetypical elements: the bar or counter (the most outstanding element due to functional reasons and for the client to recognize an image of the place). But in turn, the word “counter” in Spanish designates something “that shows”, exposing something to sight, like a showcase indicating something to be seen. This concept extends to the mirror, an element that defines in itself a building typology, allowing “seeing and being seen” and also representing the archetype of the coffeehouse. Similarly, large windows open to the street and both interior and exterior tables are taken out on the sidewalks. The presence of the latter in public space is the greatest evidence of that desire to be exhibited. Nevertheless, in other cases, the protection of intimacy was privileged by an also archetypical *boiserie*, the domestic Vienna chairs and a low level of illumination, all of them

favoring introversion.

An integral design and environmental unity were constant searches, mainly in order to obtain maximum usage of the space and achieving a simple efficiency. These requirements – based on underlying principles of ergonomics – ruled the architectural composition in all of its scales, giving place to the standardization of great part of the components. Its anonymous authors took the architectural style loosely, looking out of the corner of their eye to what was happening in culture-producing countries, but taking relative notice.

Epilogue: In the present, the role as public and social attractors inherent to the coffeehouses and bars has been lost; the city is no longer articulated by them.

Inexorably, Montevideo follows in the footsteps of all the world capitals- and Megastructures (“Shopping Centers”, “Malls”, “Hypermarkets”) have entered into scene, growing and multiplying, “sucking” every competitor located within their area of influence. They are the consequences of “Junkspace” – a term coined by Rem Koolhaas-, as the sequels of modernization, imposing conceptual changes in architecture through the application of a unique model, one which is repeatable, globalizing, and determining that all cities look alike in the end.

0

INTRODUCCIÓN

Objeto de estudio

1

Estado de la cuestión

2

Objetivos

3

Hipótesis

4

Materiales y métodos

5

1. Objeto de estudio

“Arquetipos de una Identidad Urbana” propone investigar sobre un conjunto de obras pertenecientes a los programas arquitectónicos **CAFÉ / BAR / CAFÉ Y BAR / ALMACÉN Y BAR / ALMACÉN Y BAR + VIVIENDA**, sobre su esencia y la relación con las circunstancias que las rodean¹.

Se trata de obras que hay que desvelar, que estuvieron ocultas a los ojos de la “alta” cultura arquitectónica, que para la historiografía de la arquitectura nacional no existieron. Por tal motivo, en este intento por conocerlas, el camino recorrido partió de fuentes documentales extra-arquitectónicas. Los ejemplos seleccionados -por sus calidades arquitectónicas, sumado al hecho de ser algunos los últimos supervivientes de su clase- constituyen un conjunto extenso, difícil de abordar por su fragmentación y diversidad.

Aparentaron ser arquitecturas sin filiación, ni significación artística -por algo la academia no intervino, ni las registró- paradójicamente fueron intensamente vividas por la intelectualidad vanguardista de cada época, incluidos los arquitectos de élite.

Son obras nacidas de la cultura popular, de autores desconocidos - obreros y artesanos anónimos- que revelan una alta calidad de diseño y ejecución del espacio interior y su equipamiento, hoy en día sí apreciadas por la “alta” cultura arquitectónica.

La acotación del período de estudio se debe a que es 1900 la fecha a partir de la cual se pudieron obtener registros gráficos de las obras citadas. Y 1960 como culminación, dado que -a criterio de la autora- esa fecha marca una decadencia en la producción arquitectónica de referencia (ver desarrollo en Conclusiones).

¹ Cronológicas / Urbanísticas / Programáticas / Sociales / Económicas / Tipológicas / Cultura arquitectónica / Cultura popular / Diseño de interiores y equipamiento / Lenguajes arquitectónicos / Autores / Estado de las artes y la industria / Ordenanzas municipales / Influencias extranjeras

2. Estado de la cuestión

Sobre el tema existen varios libros escritos por contemporáneos y por memoriosos, básicamente referidos a la Historia Social de los cafés y bares de antaño. Asimismo, en múltiples relatos y crónicas de la prensa montevideana de época se presentaba a los cafés y bares como escenarios de hechos trascendentes que han pasado a la historia. Los diarios y semanarios reflejaban la estrecha relación que existía entre dichos sitios y la vida cotidiana socio-cultural de la metrópoli.

Esta revisión bibliográfica, unida a la exploración de documentos en archivos públicos y privados, brindó un marco referencial a partir del cual insertar y desarrollar el trabajo de investigación.

Pero, no se halló ninguna publicación especializada, ni otra clase de información, que refiera en profundidad a los aspectos arquitectónicos. No hay documentación gráfica -plantas, alzados, perspectivas- propia de la disciplina. Sí se han hallado algunos croquis realizados por el francés Pierre Fossey² y diversos tipos de testimonios, entre ellos literarios y periodísticos -en los que aparecen descripciones de las características de los espacios- y algunas fotos de interiores, entre otros.³

² FOSSEY, Pierre. (1958). *Aspectos de Montevideo tomados del natural*. (Dibujante francés radicado en Montevideo, durante la década del 50' dibujó más de 150 edificios de la ciudad, entre ellos cafés y bares)

³ Fuentes consultadas:

Facultad de Arquitectura - Biblioteca e Instituto de Historia de la Arquitectura.

Biblioteca Nacional - Publicaciones, artículos y fotografías de la prensa nacional.

Intendencia Municipal de Montevideo - Permisos de Construcción originales, Ordenanzas que regulan la construcción edificios, archivo de fotografías antiguas.

CAMBADU (Centro de Almaceneros Minoristas, Baristas y Afines del Uruguay) - Archivo de documentos

SODRE (Servicio Oficial de Difusión, Radiotelevisión y Espectáculos) - Archivo de fotografías

Archivos privados de empresas vinculadas a la construcción y equipamiento.

Entrevistas a informantes calificados.

3. Objetivos

La investigación proyectual plantea objetivos en distintos niveles: los que pretenden desvelar el objeto de estudio y los que proponen la elaboración de un conocimiento nuevo sobre el mismo*.

- Obtener un **registro sistematizado y ordenado** de varias obras arquitectónicas de calidad -correspondientes al programa Café y Bar- realizadas por autores anónimos, las cuales han sido olvidadas y/o ignoradas por la historiografía de la arquitectura nacional.

- Profundizar en el **conocimiento del objeto de estudio** mediante el empleo de herramientas metodológicas propias de la disciplina arquitectónica. Construir a través del **dibujo de arquitectura codificado** una interpretación posible, "hacer visible lo no visible". Descubrir y prefigurar el conjunto de variables que la práctica proyectual inventa, articula y fusiona de modo complejo. Desentrañar los datos, las reglas compositivas y los procedimientos generadores del diseño, implícitos en los casos de estudio.

- Indagar, para descubrir **las circunstancias que lo rodean**, que justifican y dan sentido a su existencia. Las relaciones dinámicas entre los orígenes, los marcos culturales y sociales, el "gusto" de la época, los actores y autores, los sitios y las influencias extranjeras, como **generadores de una identidad urbana**.

- Revelar sus aspectos más abstractos (el tipo) y sus características perceptivas relacionadas con la **inserción urbana y el diseño de su espacio interior y equipamiento**. Detectar las variantes tipológicas y sus pautas compositivas, atento al estado del arte y la industria -los materiales, los lenguajes- y las constricciones impuestas por las ordenanzas municipales.

* Por tratarse en su mayoría de objetos vivos -en proceso de transformación- su aprehensión en el marco de la necesaria distancia histórica implica una gran dificultad.

4. Hipótesis

Se pretende, asimismo, encontrar las claves que permitan la interpretación de los hechos a través de la formulación de hipótesis:

Hipótesis 1

La presencia del Café y Bar en la cultura urbana europea se trasladó a Montevideo como la expresión de un correlato en el que se detectan constantes en las pautas compositivas y en las categorías formales y sensibles. Dichas invariantes -tangibles e intangibles- inducen al reconocimiento de elementos arquetípicos que hacen a la esencia e imagen del programa arquitectónico, en estrecho vínculo con un modelo de ciudad. Insertos estratégicamente, y ampliamente extendidos en la trama urbana, los Cafés y Bares se constituyeron en polos culturales y sociales que signaron una identidad urbana.

Hipótesis 2

Se presume que estas obras son producto de la cultura popular, fruto del trabajo colectivo de obreros y artesanos formados en la Escuela de Artes y Oficios del Uruguay y de inmigrantes españoles e italianos, operadores sin formación académica.

Hipótesis 3

Si bien se detectan casos singulares -hitos aislados-, la existencia de vastos conjuntos con rasgos familiares permite trascender el estudio de ejemplos montevideanos, situándolos en correlación con los referentes elegidos (A.Loos, Buenos Aires, Madrid, París).

Hipótesis 4

Los cambios culturales producidos en las dos últimas décadas -que se reflejan en los hábitos de consumo- se manifiestan en la sustitución del Café y Bar tradicional por nuevas formas comerciales -en especial los "malls" o "shoppings"- que instauran una identidad urbana diferente.

5. Materiales y métodos

El modo de hacer la investigación se basa fundamentalmente en la herramienta elegida para el estudio de casos: **el DIBUJO como FORMA DE PENSAR LA ARQUITECTURA** y a través del mismo, explorar la factibilidad de hacer “visible lo no visible”.

La mera observación no es suficiente para aprehender el hecho arquitectónico, la representación de su imagen mediante el dibujo, obliga a indagar en profundidad en las relaciones e imbricaciones que se dan entre el todo y las partes y entre las distintas escalas de diseño. La reflexión gráfica cumple con la función directa de registrar, describir y comunicar las ideas de proyecto, y solapadamente abarca también la transmisión de las situaciones contenidas en el hecho. Por lo tanto, la imagen gráfica -que aglomera y sintetiza a la vez información- permite aprehender el proyecto en su totalidad y aproximarse al conocimiento certero.

El rescate de las obras, un tanto azaroso, parte del conocimiento directo y real de los casos existentes -algunos de ellos parcialmente desfigurados- y del conocimiento conjeturado -construido desde fuentes documentales diversas- de aquéllos que ya no existen. En estos casos, al no ser posible el estudio del objeto presente se efectúa el mismo a partir de su representación.

Como criterio de selección de casos se detuvo la mirada en objetos heterogéneos, representativos de diversas épocas, lugares, tipologías, programas y escalas, los que por su alta calidad de diseño y producción constituyeron ejemplos notables.

Las obras que se presentan en los capítulos siguientes fueron relevadas integralmente (mediante técnicas de levantamiento), fotografiadas, estudiadas y dibujadas por la autora.

El dibujo

La interpretación gráfica transita simultáneamente dos caminos:

1- un camino “duro” sistemático que pretende ser objetivo y minuciosamente descriptivo. Aplica rigurosamente las técnicas de observación y relevamiento (o levantamiento) arquitectónico como instrumentos para comprender y hacer presente el objeto de estudio por medio de su imagen. Se recurre al dibujo codificado como lenguaje gráfico universal -sistema de signos con vocabulario y sintaxis propios- para representar las cualidades de los límites de los espacios, el interior mismo y los objetos que constituyen su equipamiento.

Se realizaron relevamientos de campo de los ejemplos aún existentes y relevamientos indirectos de obras que ya no existen, a partir de documentos históricos, fotografías, relatos y otros, en un intento por lograr su fiel reconstrucción.

2- un camino “blando” que asume tácitamente la diversidad de significados que involucran las imágenes de arquitectura, en tanto el dibujo es una construcción individual y sensible que interpreta los datos de la realidad con una carga de subjetividad, intencionalidad y simbolismo. Este camino -que apela a la heurística y la especulación- es el que habilita a conjeturar el todo, cuando sólo se tuvo acceso a un fragmento. Asimismo, frente a capas de información superpuestas -en ocasiones contradictorias, ambiguas, inconclusas, híbridas- sugiere un modo posible de interpretación.

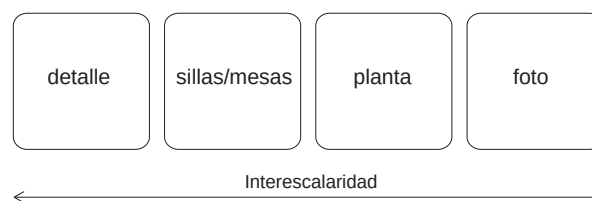
Reflexión discursiva

En paralelo a la reflexión gráfica, se conjuga la reflexión discursiva, mediante el desarrollo de ejes temáticos que contemplan la diversidad de circunstancias que forman parte del entorno. Éstas actúan entrelazadas, algunas siempre presentes en unión indisoluble con otras. No obstante, en cada caso de estudio manifiestan alternadamente un carácter dominante, que pauta el curso de la investigación.

Cada línea implica separar para analizar, de modo que cada caso -o grupo de casos- transita una trayectoria autónoma, cada una con un énfasis diferencial (líneas cronológicas, líneas programáticas, líneas estilísticas, líneas socio-culturales). Pero estas líneas se entrecruzan, se complementan e interactúan. Sintetizan conceptos que se intuían como obvios y generalizables; y por otro lado dejan a la vista estructuras complejas de vínculos singulares, en principio insospechados.

Finalmente, y en síntesis, técnicamente se trata de una investigación de tipo cualitativa, inductiva y descriptiva, que se basa en la observación, registro y comprensión de los fenómenos. Las herramientas empleadas, en conjunción con el desarrollo de ejes temáticos conceptuales, aportan un cuerpo de ideas-guía de base disciplinar capaces de trascender el estudio de ejemplos montevideanos, dando origen a un método general aplicable a otros casos. Dicha reflexión discursiva inserta a la producción arquitectónica uruguaya en el devenir de acontecimientos internacionales, en el intento de lograr una visión global integradora.

Fichas de casos



Para el estudio de casos se recurre a la confección de fichas individuales normadas que contienen representaciones en diversos sistemas:

- la portadilla, es la introducción al ejemplo que se realiza a través de una foto representativa, su nombre, fecha de construcción y dirección. Asimismo, un conjunto de pequeños iconos brinda información complementaria, el que estará presente en todas las páginas siguientes. El mismo se compone de: la foto identificatoria, la planta esquemática, los elementos de equipamiento móvil más significativos y un artefacto destacado en cuanto a su diseño. Este último icono, en ocasiones representa a un componente de revestimiento -de pisos o paredes-, o a un equipamiento fijo -mostradores o boiserie-. Cabe destacar que, en simultáneo, dicho conjunto de iconos nos aporta una mirada interescalar del objeto de estudio. Nos permite rápidamente captar las características significativas de cada obra y a la vez en una visión general, constituyen patrones que habilitan la comparación entre casos.
- un plano de ubicación en el que se indican el área de influencia, los hitos cercanos, las vías de circulación más importantes, etc.
- un texto explicativo con sus fotos
- los geométrales a escala 1:100 -planta y cortes-, los que se complementan con un sector de un corte ampliado a escala 1:50 en el que se expresan los materiales, colores y texturas de los distintos elementos.
- la última lámina contiene principalmente dibujos detallados del equipamiento móvil a escala 1:25 y del artefacto seleccionado -revestimientos a escala 1:10 o representaciones en tres dimensiones-, según el caso.

1

ANTECEDENTES / PULPERÍAS

época colonial
ciudad y campo

Roldós (1868)



Cavalieri (1920)



Pulperías

Es de conocimiento popular que el nombre "pulpería" fue introducido por los inmigrantes gallegos que lo tomaron de sus típicos bares, en los que se expendían pulpos. Era costumbre hervir los pulpos en cazuelas y servirlos en platos de madera a modo de "tapas", o sea, como acompañamiento de las bebidas alcohólicas -por lo general la más consumida era el vino blanco- que despachaban.

En Uruguay -no obstante no se vendían pulpos- mantuvieron el nombre, transformados en almacenes de ramos generales con mostrador de copas. Fueron, durante la época colonial, de los pocos lugares que existieron para el encuentro y la difusión de noticias, insertos tanto en el medio rural como en los nacientes centros poblados.

*"Pulpería o esquina, se llamaba a los comercios que aparte de expender bebidas alcohólicas, con preferencia ginebra o caña, que servían a los bebedores que a ellos concurrían en vasos de gruesos vidrios, vendían también artículos de consumo tales como yerba, azúcar, café, arroz, fariña, queso, vino, sardinas, grasa, leña y algún otro producto más."*⁴

Etimología

El historiador Aníbal Barrios Pintos en: "Los orígenes del comerciante minorista"⁵ expresa: *"Puede decirse que con algunas variantes externas y a través de un largo proceso, la pulpería es el origen de los actuales comercios de campaña y de los almacenes y bares de los barrios montevideanos. (...)"*⁶

⁴ Cita del Inca Garcilaso en "El Mercurio" del 12 de agosto de 1927. En BARRETO GUGELMEIER, Mario. (1992). *El Centenario de los Almaceneros y Baristas*. Pág. 15

⁵ BARRIOS PINTOS, Aníbal. (1973). *Pulperías y cafés: Instituciones substanciales del vivir oriental*. Pág. II



1

⁶ Refiriéndose a la etimología del vocablo pulpería, Daniel Granada expone la siguiente hipótesis en su *"Vocabulario rioplatense razonado"*. "Es la pulpería un compuesto de abacería y taberna. Viene de la voz de pulque, según Solórzano (Polít. ind.) que es una bebida espirituosa que extraen en Méjico de las hojas de Maguey, de donde también suele llamarse allí pulpería a la tienda en que lo despachan. Pero esta etimología es dudosa; pues Garcilaso de la Vega (Coment. real) nos cuenta que por el tiempo en que ocurrió la muerte del virrey don Antonio de Mendoza andaban todos tan belicosos en el Perú, que diariamente había pendencias y desafíos, no ya entre la gente principal y soldados famosos, sino también entre mercaderes y toda clase de tratantes y hasta entre pulperos (dice el inca escandalizado), nombre impuesto a los más pobres vendedores, porque en la tienda de uno de ellos hallaron vendiéndose un pulpo. Además, cuando las leyes de Indias tratan del pulque, llaman pulquería a la tienda donde lo exponen, y si se refieren al abasto o mantenimiento de las poblaciones, no omiten decir pulpería."

Consultando el Diccionario de la Real Academia Española, encontramos:

pulpería.

(De *pulpo*).

1. f. *Am.* Tienda donde se venden diferentes géneros para el abasto.

abacería.

(De *abacero*).

1. f. Puesto o tienda donde se venden al por menor aceite, vinagre, legumbres secas, bacalao, etc.

abacero, ra.

(Del ár. Hisp. **sahb azzád*, el de los víveres).

1. m. y f. Persona que tiene abacería.

taberna.

(Del lat. *taberna*).

1. f. Establecimiento público, de carácter popular, donde se sirven y expenden bebidas y, a veces, se sirven comidas.

En el rastreo de antecedentes, otras fuentes establecen analogías con los abarroteros, los colmados y las paqueterías.

Retomando el Diccionario de la Real Academia Española:

abarrotero, ra.

1. m. y f. *Bol., Col., Ec. y Méx.* Persona que tiene tienda o despacho de abarrotes.

abarrote.

(De *abarrotar*).

1. m. *Mar.* Fardo pequeño o cuña que sirve para apretar la estiba, llenando sus huecos.

2. m. pl. *Am.* Artículos para el abasto.

3. m. pl. *Col., Ec. y Perú.* pulpería.

colmado, da.

(Del part. de *colmar*).

1. adj. Abundante, copioso, completo.

2. m. Figón o tienda donde se sirven comidas especiales, principalmente mariscos.

3. m. Tienda de comestibles.

paquetería.

(De *paquetero*).

1. f. Género menudo de comercio que se guarda o vende en paquetes.

2. f. Comercio de este género.

Pulperías rurales



2

Probablemente, ha sido el pulpero el primer comerciante que se instaló en el medio rural, las crónicas nos remontan a principios del siglo XVII, época colonial. Antes que los propios criollos, los inmigrantes españoles fueron quienes se iniciaron en dicha actividad.

Fue una clase de comerciante pobre, establecido en un precario local de paredes de adobe y cubierta de paja o cueros. Las pequeñas tiendas, de humilde construcción, fueron también llamadas tendejones.

Este tipo de comercio minorista satisfacía las necesidades básicas de abasto de gauchos nómades en persecución del ganado errante. Como antecesor del almacén, el café y el bar, tuvo en Uruguay características similares a las de sus pares del Virreinato del Río de la Plata.

Por obvias razones de estrategia comercial, geográficamente se localizaron en obligatorios lugares de paso del despoblado medio rural, destinado casi exclusivamente a la ganadería extensiva. En los cruces de caminos, en los pasos de ríos y arroyos, así como en las cimas de colinas -atalayas en el ondulado paisaje- atraían forzosamente a quien transitase por aquellos desolados parajes.

Las pulperías rurales fueron denominadas “vanguardias de civilización” por el historiador Aníbal Barrios Pintos, propiciando el establecimiento de las familias bajo su halo protector.⁷

⁷ “Instalada ya esa vanguardia de la civilización, se aquerenciaban las primeras familias buscando la protección y el servicio del almacén. Poco después llegaba el cura y, finalmente, la autoridad. Tal es la historia de muchas de nuestras primeras pulperías, en los hechos, conglomerado que agrupaba almacenes de ramos generales, bar, centro comunal, banco, oficina de correos, centro de información, en fin, centro de servicios comunitarios de toda naturaleza.”



3



4

Tal vez, el aislamiento y la reciedumbre de la vida rural, en su cotidiana y sangrienta matanza de reses, hiciera del gaucho un ser primitivo y hosco. La aludida "civilización" actuó en todas las direcciones, con su complejidad y contradicción: con la misión de proveer de alimentos y objetos de uso cotidiano, de facilitar un espacio físico para el contacto social, el juego, la guitarreada, la transmisión de noticias; pero también fue sitio donde se engendraron enemistades, reyertas y retos a duelo a cuchillo entre gauchos matreros.

Tipológicamente, los ranchos se reconocen como pequeñas construcciones exentas, aisladas en el desamparo de la campaña. Por lo general tuvieron planta rectangular, un único ambiente, de paredes de adobe y techumbre a dos aguas de paja o cueros. En una pared, la reja de hierro o madera cubría el vano sobre el mostrador, marcando el límite entre el cliente y el comerciante. Como espacio de transición entre el interior y el exterior, se adosaba una enramada apoyada sobre troncos, la misma servía de resguardo al paisanaje -echado en el piso- y a los caballos -sujetos a palenques- a la espera de sus dueños.

*"A partir de la Guerra Grande por elementales razones de seguridad, se levantaron las pulperías en lo alto del cruce de un río o en una loma, poniendo el pulpero una reja entre el cliente y el mostrador."*⁸

⁸ BARRETO GUGELMEIER, Mario. *Op. Cit.* Pág. 20

Pulperías urbanas / Montevideo



5

Aníbal Barrios Pintos sostiene que luego de la retirada de los colonizadores, obsoletos ya sus criterios estratégicos de localización de poblados, “(...) generalmente fue un comerciante minorista quien puso la piedra fundamental en numerosas urbanizaciones hoy transformadas en villas, pueblos y aún ciudades.”

El primer pulpero montevidеоano de profesión, fue el práctico del Río de la Plata Capitán Pedro Gronardo. Abrió su comercio en 1724, apenas fundada la ciudad, una vez expulsados los portugueses. Se construyó con adobes crudos, techo de cueros y puerta de una hoja. Y, como revela el citado historiador “(...) tan humilde era su comercio y tan voraz era ya la autoridad fiscal, que obligó a su registro comercial, razón por la cual se tiene referencia de su actividad comercial.”

Asimismo, una modesta pulpería pasó a la historia por haber sido la sede improvisada del primer Cabildo de Montevideo.⁹

Parecería que el oficio de pulpero resultó un éxito comercial, más por la venta de bebidas, que por la de víveres y otros enseres. El alto consumo de bebidas alcohólicas fue, probablemente en los inicios, el que mayor ganancia dejó al pulpero (“bautismos” mediante). Primero el aguardiente, luego la ginebra, la caña, el vino y los “licores espirituosos”, más tarde se sumó en invierno el expendio de café en jarras de lata, y de chocolate servido muy dulce y espeso.

⁹ “Cuando en el ya lejano verano de 1730, Zabala instala el primer Cabildo de la ciudad, lo hace en el apretado espacio del comercio que dos de sus primeros pobladores habían levantado muy cerca del Puerto Chico. De allí en adelante, el “comercio de ramos generales”-incluido el mostrador de copas- luego el “almacén y bar” o el “café y bar”, se convirtieron en servicios estructuradores de la ciudad en crecimiento, indisociables de la vida cotidiana de los habitantes. Fueron a su manera “condensadores sociales”, donde se tejieron vínculos, se acuñaron valores y se afirmaron mitos que hacen a nuestra identidad.”

Fuente: GONZÁLEZ, Nery- GÓMEZ, Leonardo. (2006). *Una herencia con futuro. Cafés y Bares de Montevideo*.



6

Las tiendas proliferaron en un corto lapso, caracterizando las esquinas del casco antiguo. El emplazamiento en esquina se generalizó asimismo en los nuevos núcleos poblados -barrios en ciernes- en tanto la ciudad se iba extendiendo.

Las austeras fachadas carecieron de cualquier tipo de ornamentación, así como de cartelera llamativa. Apenas estuvieron perforadas por los vanos de las puertas y algún parco escaparate, sin ventanas. En algunos casos llegaron a lucir grandes argollas y cadenas amuradas a las paredes con el fin de sujetar los caballos.

El interior, no obstante la sencillez de su equipamiento, invitaba a la reunión, a la conversación, al juego de billar y de truco (juego de naipes muy popular en el Río de la Plata). A diferencia de las pulperías rurales, en éstas urbanas, el mostrador se encontraba dentro del local, no separando, sino uniendo al comerciante con sus parroquianos. Éstos se mantenían de pie, acodados en el mostrador, o sentados sobre rudimentarios bancos, cajones y bolsas de mercaderías.

Se transcribe parte de la aguda crítica del naturalista francés Auguste de Saint-Hilaire de paso por Montevideo en 1820: *"En una aldea de igual población apenas en Francia habría una taberna: pero aquí hay por lo menos media docena. Es allí donde los indios y los mestizos pasan la mitad de su vida, dejando el poco dinero que ganan. Las tabernas, en todo este país, son absolutamente parecidas a las de Brasil. Botellas de aguardiente, comestibles, ponchos, algunas telas; un poco de mercería y de quincallería, (...)"*¹⁰

¹⁰ BARRETO GUGELMEIER, Mario. *Op. Cit.* Pág. 19

Imágenes

- 1-Dibujo de L. Alfred Demersay (A. Barrios Pintos)
- 2-4-Pulperías Época Colonial (Libro Centenario, p. 59)
- 3-Ramos generales Meoqui Hnos. (A. Barrios Pintos)
- 5- Litografía de L. Pallière (Crónica General del Uruguay)
- 6- Almacén Cerrito y Colón (Archivo IMM)
- 7-Foto Archivo IMM

Almacén del Hacha¹¹

(ca. 1794)

Buenos Aires 202/206, esquina Maciel



7

Es el establecimiento comercial más antiguo de Montevideo que sigue aún en pie, aunque su espacio interior ha sido transformado.

Tuvo su origen como pulpería colonial, a fines del siglo XVIII. Con el transcurso del tiempo, en el medio urbano, por el crecimiento y la especialización de la actividad comercial, las pulperías perdieron parte de sus funciones. “El Hacha” corrió la misma suerte, quedó sí el mostrador, su *leitmotiv*. Se centró la venta en artículos alimenticios, “Almacén al por menor o al menudeo” y en bebidas, “Tienda de bebidas”, luego “Boliche”. La denominación de “Boliche” engloba tanto la de “Bar” como la de “Café”.

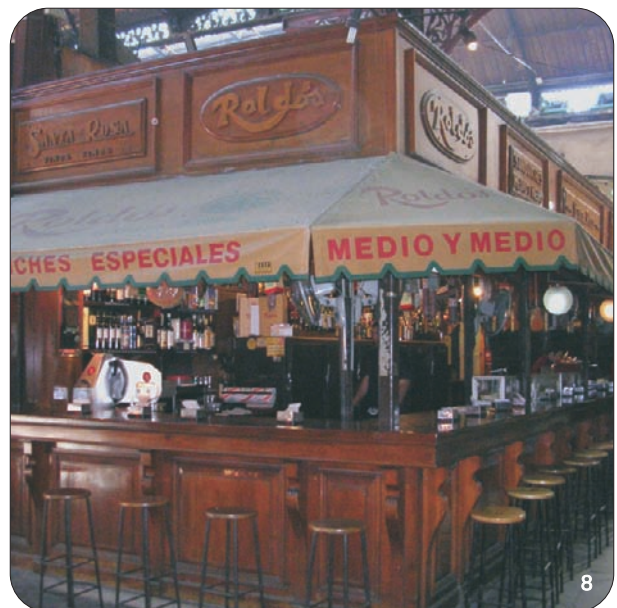
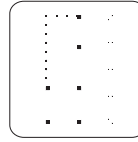
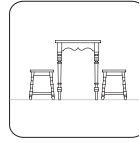
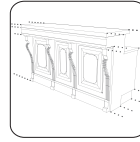
El edificio fue, y continúa siendo parcialmente, un representante de las primigenias construcciones que caracterizaron y urbanizaron el casco antiguo: cimientos y zócalos de piedra asentada; muros portantes de ladrillo de campo con mortero de arcilla o cal; piso de tierra apisonada; azotea o techo “a la porteña” -ladrillos de prensa apoyados sobre alfajías y tirantes de madera dura-. Fachadas lisas, apenas pintado el nombre del negocio debajo de la sencilla cornisa, caladas por vanos coronados por arcos escarzanos; puertas de dos hojas, de madera en la mitad inferior y vidrio en la superior. Pequeñas ventanas, con gruesas rejas de barrotes verticales, sin ornamento alguno.

¹¹ Se dice que el singular nombre de la pulpería, dado ya casi desde sus orígenes, surge a partir del siniestro asesinato de un empleado del comercio, perpetrado con dicha herramienta.

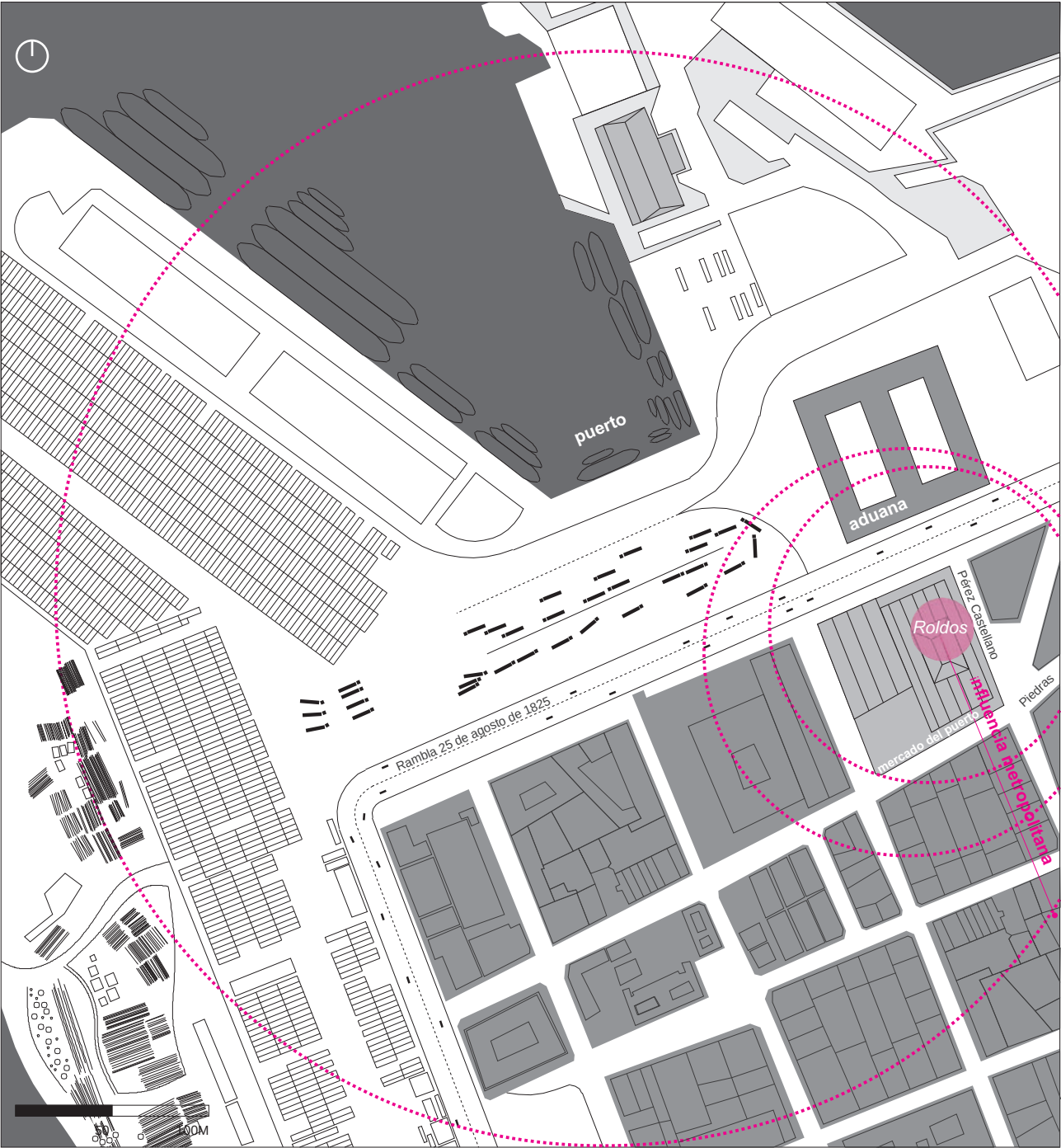
Roldós

1868

Mercado del Puerto, local 09



Ubicación





9



10



11

*"El ámbito del antiguo mercado portuario aloja en su férrea estructura finisecular -que aspiró a ser, en un primerísimo instante, estación del tren- uno de los más famosos rincones del encuentro montevideano. Nos referimos a Roldós, ese mostrador donde la uvita parece tener un sabor especial, mezcla de tiempo acumulado, de humo de parrilladas y de fragor de pueblo."*¹²

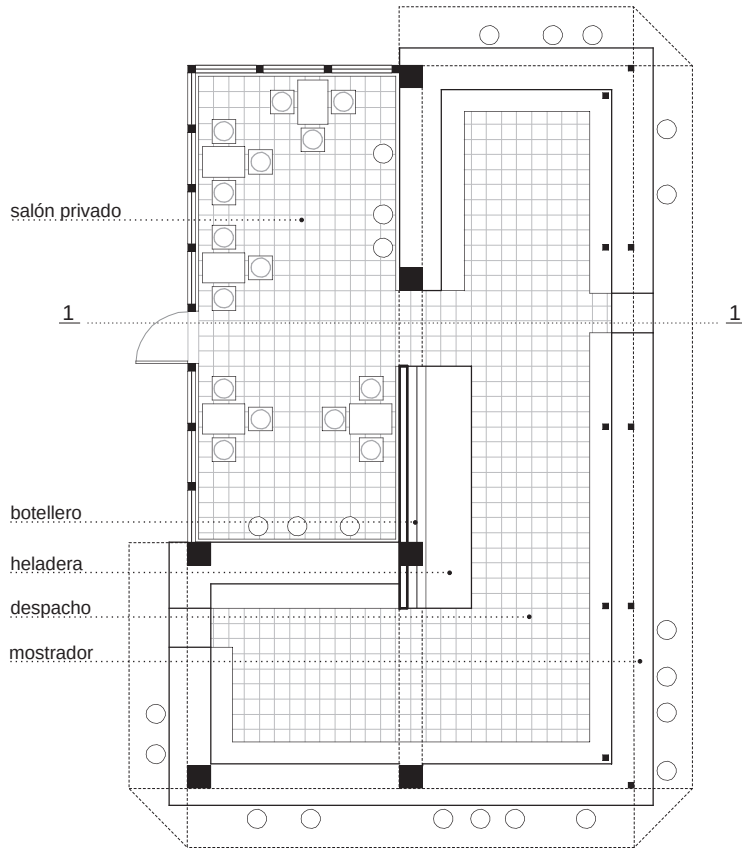
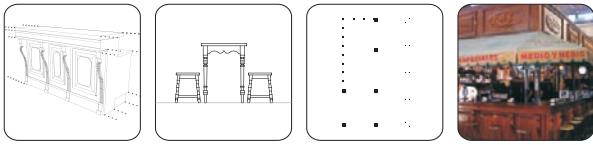
"Roldós" nació como almacén de ramos generales, el mismo día que el mercado que lo alberga. Modestísimo puesto, con su protagónico mostrador, al amparo de la generosa nave abovedada. "La gran cubierta de hierro se diseña y construye en Liverpool a manera de un gran "mecano" que vuelve a armarse en Montevideo antes de que Baltard construyera "les Halles" en París."¹³

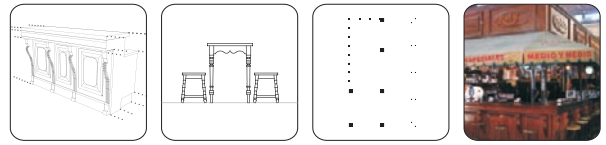
Por más de sesenta años lucieron sus estanterías repletas de productos de rubros variados. A partir del año 1930, manteniendo gran parte del equipamiento original, fue transformado en Bar.

Su singular mostrador condensa todo el simbolismo del "bar". Su frente es de madera tallada, con ménsulas y bajorrelieves, y la tapa del mismo material, antaño de mármol. De él nacen incrustados los delgados pilares metálicos que sostienen el cielorraso, la marquesina y los toldos. Es el mostrador el único límite físico entre el espacio privado del comercio -el que a su vez alberga un pequeñísimo reducto más íntimo con mesas y banquetas- y la escala monumental del mercado. Se vislumbra como una espiral de privacidad creciente, que culmina en el recoleto y oculto saloncito.

¹² MICHELENA, Alejandro. (1994). *Cafés de Montevideo*. Pág. 59

¹³ GONZÁLEZ, Nery en DELGADO APARAÍN, Mario. (2005). *Boliches Montevideanos - Bares y Cafés en la memoria de la ciudad*. Pág. 50

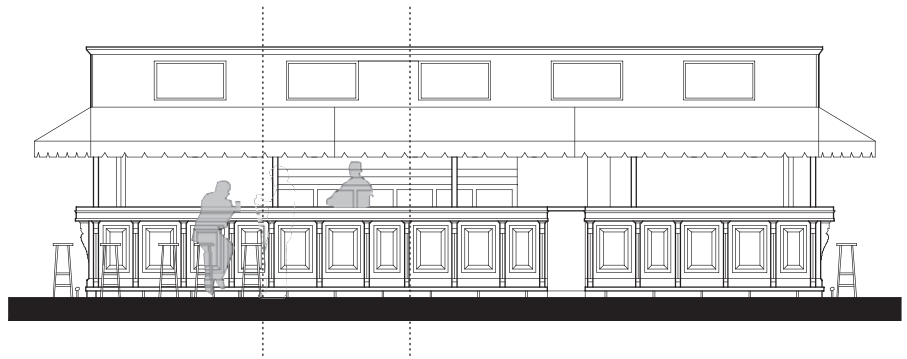




corte 1-1
esc 1:100

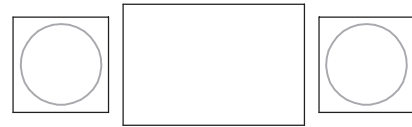
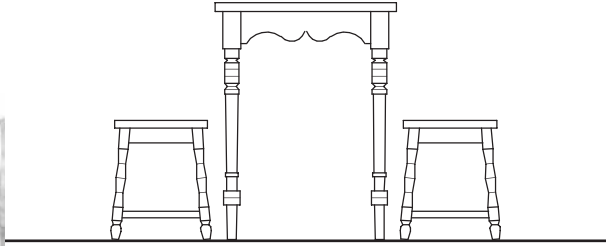
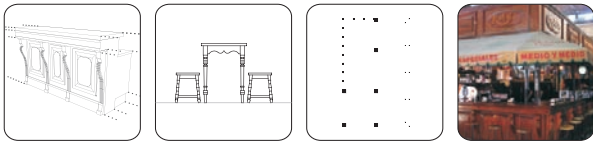


fachada
esc 1:100



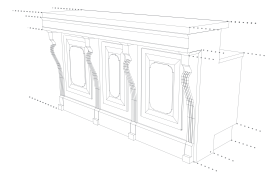
detalle fachada
esc 1:50





banquetas y mesa
esc. 1:25

12



Imágenes

8- Foto Carlos Contrera, en M. Delgado Aparain

9- Vista general, foto de la autora

10- Salón reservado, foto de la autora

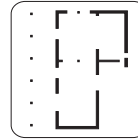
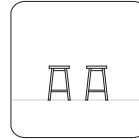
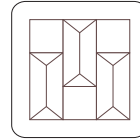
11- Detalle tipografía, foto de la autora

12- Equipamiento salón, foto de la autora

Cavalieri

1920

Camino de la Redención esq. Francisco Azarola



Ubicación





14



15



16

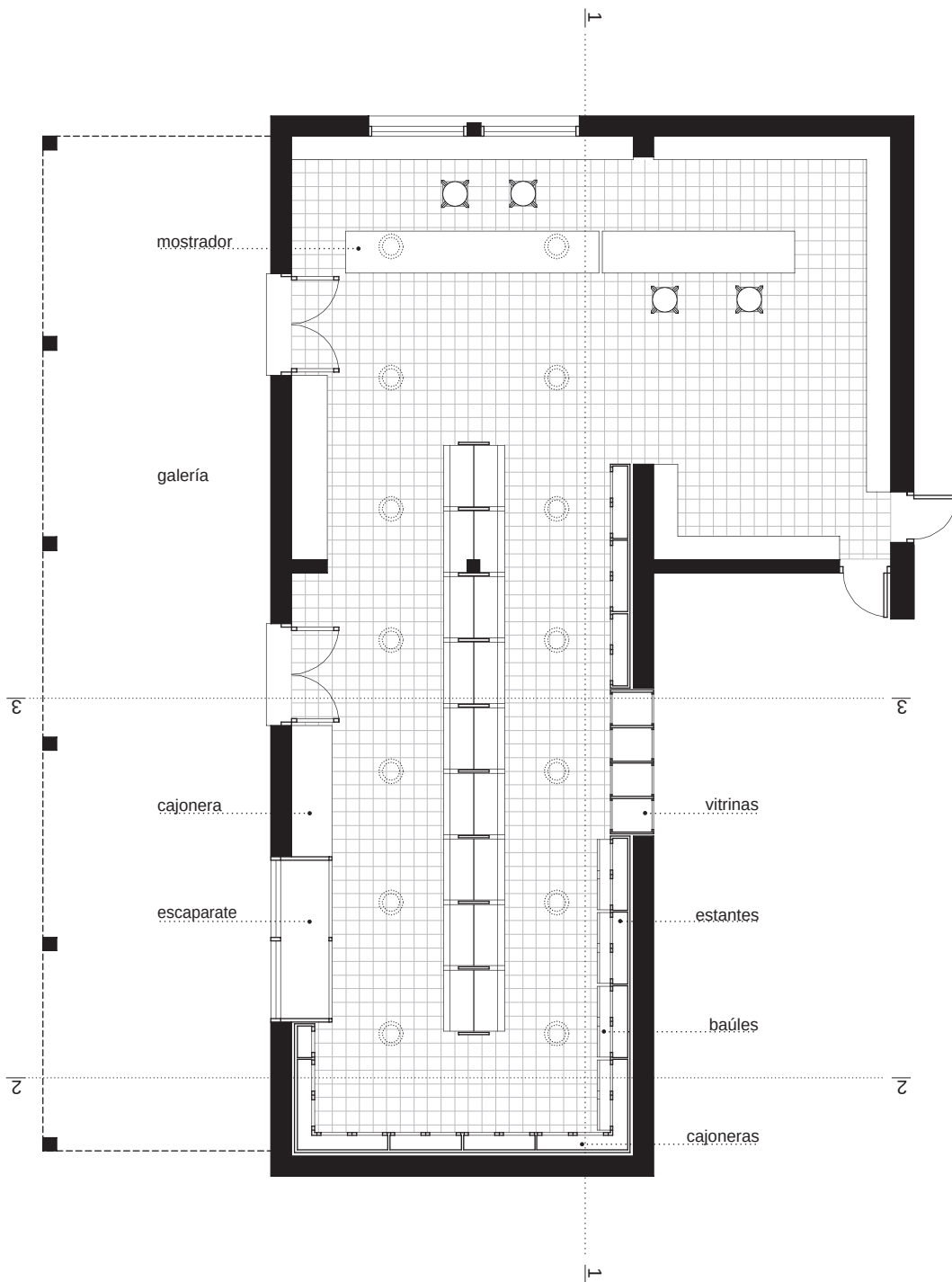
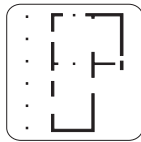
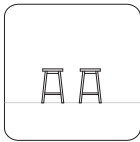
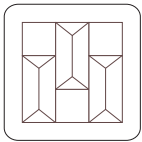
Es un ejemplar emblemático de pulpería de campaña -con posterioridad convertido en almacén de ramos generales- que sobrevive en la actualidad en el Montevideo semi-rural. Ubicado en Melilla, en una zona apartada, entre huertas y viñedos.

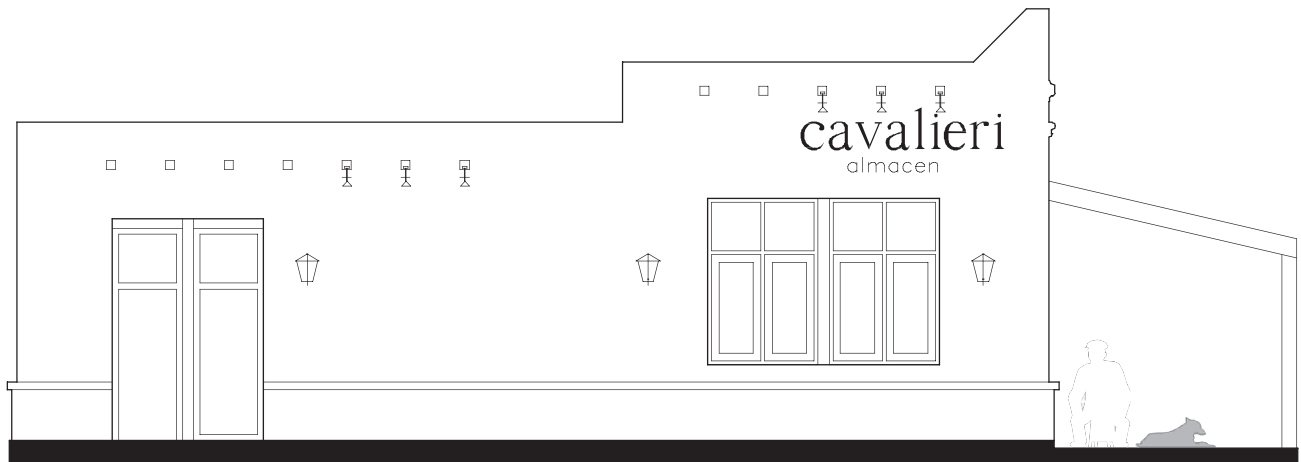
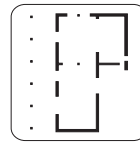
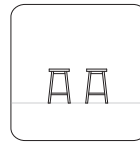
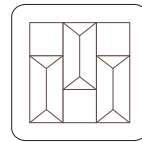
Tal vez sea el último individuo de esta estirpe de instituciones tradicionales. Continúa cumpliendo las funciones de abastecer de mercaderías y ofrecer un espacio para el relacionamiento de los pobladores de las cercanías.

El espacio interior ha tenido modificaciones parciales -a través de la adecuación de elementos de equipamiento e instalaciones- de modo de responder a las exigencias actuales de los consumidores, sin alterar las calidades espaciales preexistentes.¹⁴ Había perdido, ya con anterioridad, el largo mostrador de copas de otrora, y la función que lo sustentaba. Pero conserva inalterados los originales baúles, las estanterías y cajoneras de madera y vidrio, y las cajas registradoras. El diseño del mobiliario general y de las cajoneras en particular -cuya función es contener y exhibir alimentos a granel- responde a patrones de uso corriente en la España de época (cabe destacar que los artesanos carpinteros, así como los primeros pulperos y almaceneros de Uruguay, han sido mayoritariamente de origen español).

Como toque singular, llama la atención el piso de baldosas calcáreas, por su elaborado diseño a base de motivos geométricos simples y por su excelente estado de conservación.

¹⁴ Intervención realizada por los Arqs. Leonardo Gómez y Alicia Dauría en el año 2002.





fachada
esc 1:100

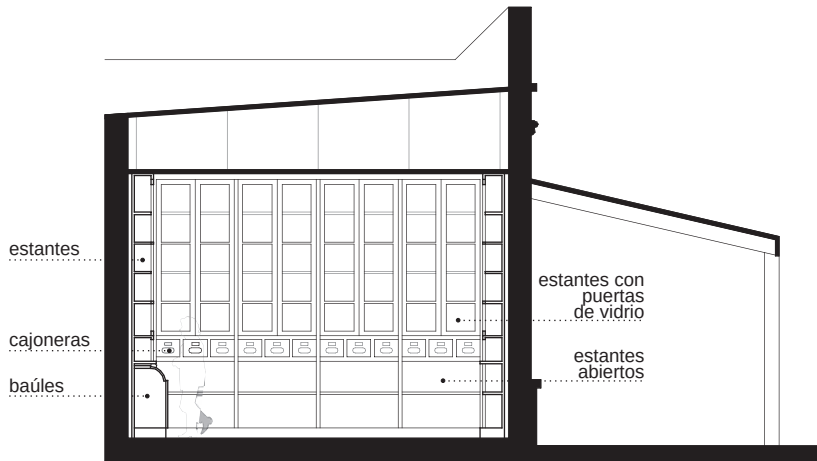
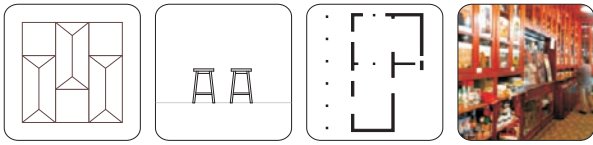


corte 1-1
esc 1:100

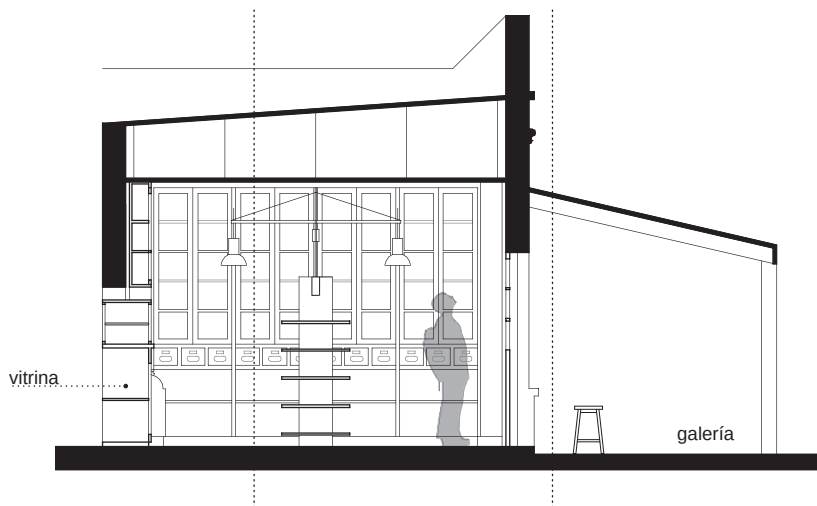
estantes

vitricas

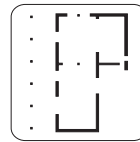
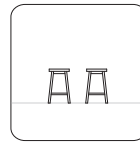
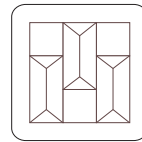
baúles



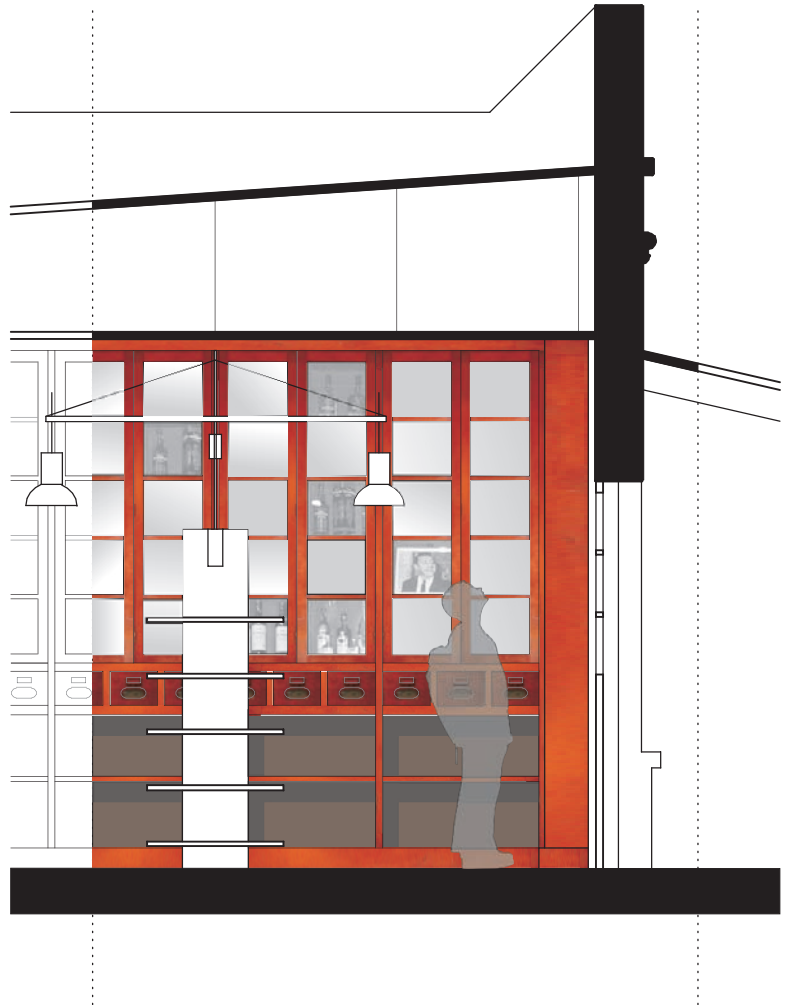
corte 2-2
esc 1:100

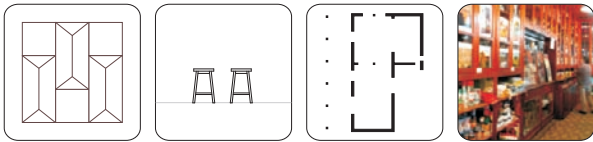


corte 3-3
esc 1:100

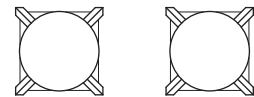
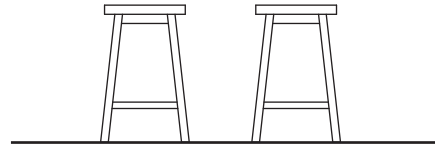


detalle corte 3-3
esc 1:50

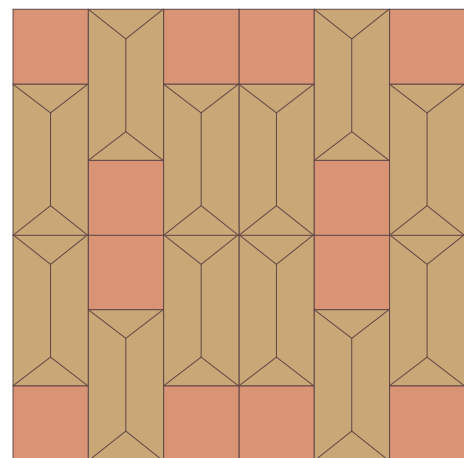
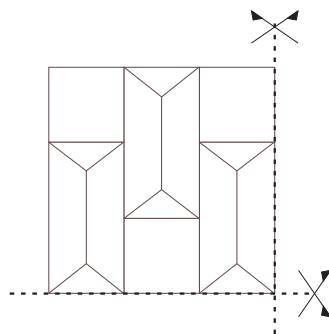




17



bancos
esc. 1:25



baldosas pavimento
esc. 1:10

Imágenes

13-Foto Leo Barizzoni (en M. Delgado Aparain)

14-Foto de los propietarios del Almacén Cavalieri

15-Cajoneras, foto de la autora

16-Caja registradora, foto de la autora

17-Sector del antiguo mostrador, foto de la autora