

## INSTANTANEOS DE BUENOS AIRES

### 8. KIOSCOS

*Escrito el 28 de enero 2020*

Dentro de los lugares más típicamente argentinos que uno puede encontrar visitando Buenos Aires, como las milongas, los bares notables, los teatros de la avenida Corrientes, los restaurantes de “tenedor libre”<sup>1</sup>, existe uno que por su parte no existe sino en Argentina, y, que yo sepa, nunca copiado en otro lugar del mundo: el kiosco. Todo el mundo sabe lo que significa la palabra kiosco. En francés por ejemplo, designa tanto una suerte de tarima cubierta para tocar música en los parques – algo que casi desapareció con el tiempo – como un lugar donde se puede comprar diarios y revistas, en las aceras. Este último existe también en España. Acá (en Argentina), los diarios se compran también – por cierto, únicamente – en las veredas, pero entonces a esas tiendas se las llaman “puestos”, no kioscos.

En Buenos Aires, “kiosco” tiene otra significación. Se puede decir que es el tipo de comercio más frecuente en la ciudad: pueden encontrar uno por cuadra, nada menos. O sea, casi uno cada 150 metros.

Se trata de una tienda muy pequeña, abierta sobre la calle, y todas parecen designadas de igual manera: después de la entrada, por la izquierda o la derecha, un mostrador de forma semicircular, contra la otra pared, una estantería y en el fondo refrigeradores para las bebidas.

Todos venden lo mismo: porquerías. Chocolate, caramelos, chips, chicles, galletas, soda, cerveza, baratijas. A veces, se puede comprar yerba mate u objetos útiles como baterías o llaveros. Sólo cosas pequeñas, siempre. Y baratas. Unos kioscos albergan también una máquina para recargar la tarjeta «Sube» para los colectivos o el subte.

---

<sup>1</sup> Restaurantes baratos, donde para el mismo precio se puede comer a voluntad, muchas veces tipo “parilladas”. También venden comida para llevar.



*Dos kioscos. ¡Uno proclamando “abierto los 25 horas”, nada menos! – Fotos PV*

Pero los kioscos no sólo son puestos de venta. Me percaté bastante rápidamente que también se utilizaban como lugares de encuentro y de tertulias. El policía de guardia en la calle nunca se aleja mucho, y entra a menudo para conversar con los empleados. Supongo que eso le permite tomar el pulso del barrio, o escuchar los últimos chismes. Los ancianos fingen necesitar chicle para venir a encontrar a otro compañero con la misma necesidad. A los pocos minutos, otro llega, y otro, y así se monta toda una tertulia para comentar las últimas noticias del mundo.

No descarto la posibilidad de un acuerdo con las compañías de colectivos, si juzgo por el número de paradas que se colocaron exactamente frente a un kiosco. Así el comercio puede contar con la espera siempre larga del autobús para florecer.

Muchas veces me pregunté si, dado el tipo de mercancías que acá se venden y el número asombroso de kioscos abiertos en la ciudad, ese tipo de comercio podía ser rentable de verdad. Parece que sí. Eso me dijeron unos porteños. Les creo: no sobrevivirían tantos si no.

Pero si se puede ganar algo de dinero en eso, se tiene que pagar con un verdadero trabajo de esclavo. Los horarios son extraordinariamente extendidos, hay kioscos abiertos las 24 horas. Pero eso es el propio de casi todo el rubro del comercio en Buenos Aires, que quedó bastante artesanal. Otro tipo de tiendas muy

frecuente, por ejemplo, son los puestos de verduras. Son casi tan numerosos como los kioscos. Abren desde las 7 hasta las 21, a veces más tarde. Igual con los “shoppings” como los llaman los porteños, pequeñas tiendas de comestibles a menudo atendidas por asiáticos. Se puede encontrar también supermercados, como en mi barrio el “Carrefour market” (una marca francesa), abierto los 24 h, incluso los domingos. Imposible quedarse con la nevera vacía. Yo, en tanto francés típico, siempre me niego a salir de compras un domingo. Cuando lo comento con mis amigos porteños, suelen mirarme como si fuera un marciano, aunque digno de respeto. Acá a los franceses nos consideran como gente que “no se deja llevar” y sabe imponer sus reglas a los “dominantes”. Tal vez. Queda por ver si ellos nos van a imitar, o si por el contrario somos nosotros quienes estamos integrando cada vez más su modelo. En eso, tengo mis propias dudas.

Otro motivo de sorpresa, que tiene cierta relación, aunque algo distante, con lo que acabo de comentar. Dado el número de lugares donde se puede comprar “comida basura” (y no sólo los kioscos, sino también los restaurantes de “fast food” (comida rápida), los puestos de pizzas y empanadas, etc...) uno podría esperar encontrar a mucho más personas obesas. Para nada. A primera vista los argentinos aparecen mayoritariamente delgados. Claro que hay excepciones. Y esas excepciones, como es de suponer, revelan una evidente pobreza. La medida de la cintura es, acá como allá, inversamente proporcional al tamaño de la cartera, supongo que no hace falta argumentar más sobre ese concepto bien conocido. Lo que me llama la atención también, es que los lugares de mala comida, por lo general, tienen nombres con consonancia inglesa. Bueno, como en Europa. Acá se llaman Whoopies, Monday, Kentucky’s (sin el “Fried chicken”), Dean and Dennys, The Burger Joint, The Burger Company, sin hablar de los “McDonalds”, “Burger king” y compañía que pululan en esta ciudad tanto como en las nuestras.

Así que “lengua inglesa” tampoco rima con “gastronomía”. Van a tacharme de anglófono. Sería una calumnia. Sólo acordarme de los magníficos almuerzos tomados en los pubs del norte de Inglaterra, donde vive mi cuñado, me provoca una irreprensible nostalgia. Allí los nombres de Black Bull, George and Dragon y Royal Oak me hacen agua la boca. Pero Inglaterra no es Estados-Unidos. Y Argentina es ante todo un país... americano. Donde, como no, el Coca-Cola es el producto estrella. Algo menos que en Chile, pero estrella. Aparece en las mesas más a menudo que el vino, sin embargo orgullo de los argentinos. El Coca, y la Fanta de nuestra niñez que todavía existe, pero que hoy es propiedad de Coca-Cola Company. El agua con gas que bebo, aunque se llame Villavicencio y proclama su origen mendocino, pertenece al grupo francés Danone. América latina siempre fue

muy permeable a las influencias extranjeras, nada nuevo. A eso debe parte de sus más crueles dictaduras.

Por suerte, tampoco faltan en Buenos Aires maravillosos sitios gastronómicos. Sin embargo muy asequibles para las carteras europeas. ¡Prometo redactarles una lista pronto!



*¡Encontré un kiosco llevando (casi) mi apellido! ¡Aunque muy pequeño, este “maxi” kiosco! – Foto PV*