



El libro de la yerba mate

Una historia estimulante

CHRISTINE FOLCH

Traducción de María Julia De Ruschi



SECCIÓN DE OBRAS DE HISTORIA

EL LIBRO DE LA YERBA MATE

Traducción de
MARÍA JULIA DE RUSCHI

CHRISTINE FOLCH

EL LIBRO DE
LA YERBA MATE

Una historia estimulante



FONDO DE CULTURA ECONÓMICA

Primera edición en inglés, 2024
Primera edición en español, 2025

Folch, Christine

El libro de la yerba mate : una historia estimulante / Christine
Folch. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Fondo de Cultura
Económica, 2025.

330 p. ; 14 × 21 cm. - (Historia)

Traducción de: María Julia De Ruschi.

ISBN 978-987-719-572-9

1. Historia de la Cultura. 2. Yerba Mate. 3. Investigación Histórica.
I. De Ruschi, María Julia, trad. II. Título.

CDD 980

Distribución en América Latina

Título original: *The book of Yerba Mate. A Stimulating History*

ISBN de la edición original: 978-0-691-24639-0

©2024 Princeton University Press

D.R. © 2025, FONDO DE CULTURA ECONÓMICA DE ARGENTINA, S.A.

Costa Rica 4568; C1414BSH Buenos Aires, Argentina

fondo@fce.com.ar / www.fce.com.ar

Comentarios y sugerencias: editorial@fce.com.ar

FONDO DE CULTURA ECONÓMICA

Carretera Picacho Ajusco, 227; 14110 Ciudad de México

www.fondodeculturaeconomica.com

Imagen y armado de tapa: Juan Balaguer

Diagramación de interior: Hernán Morfese

Corrección: Patricia Motto Rouco y Rosina Balboa

Edición al cuidado de Fabiana Blanco y Marina D'Eramo

ISBN: 978-987-719-572-9

Fotocopiar libros está penado por la ley.

Prohibida su reproducción total o parcial por cualquier
medio de impresión o digital, en forma idéntica, extractada
o modificada, en español o en cualquier otro idioma,
sin autorización expresa de la editorial.

IMPRESO EN ARGENTINA - *PRINTED IN ARGENTINA*

Hecho el depósito que marca la ley 11723

ÍNDICE

<i>Prólogo y agradecimientos</i>	11
<i>Introducción</i>	17

Primera parte

HISTORIAS DEL ORIGEN

I. <i>Los Ilex en América y sus comienzos entre los pueblos originarios</i>	39
II. <i>Conspiraciones jesuitas, rivalidades coloniales</i>	77

Segunda parte

RECREANDO EL MUNDO DEL MATE

III. <i>Los gauchos de América del Sur y las guerras de la independencia del siglo XIX</i>	115
IV. <i>Imperialismo botánico y la carrera por el conocimiento de las plantas</i>	147
V. <i>Oro verde: nuevos emprendimientos</i>	177

Tercera parte

LA CULTURA DEL MATE SE HACE GLOBAL

VI. <i>La yerba mate en Medio Oriente: fatwas y títeres de dedo</i>	209
VII. <i>El nuevo mate hipster postindustrial</i>	229

<i>Epílogo</i>	265
<i>Bibliografía</i>	271
<i>Índice de figuras</i>	313
<i>Índice de nombres y conceptos</i>	317

*A mis abuelas, Ondina y Germania,
cuyos virtuosismos culinarios me inspiraron
un amor profundo a la gastronomía.
Y a mi abuelo Antonio, que compartió
Materva con nosotros cuando éramos niños.*

PRÓLOGO Y AGRADECIMIENTOS

ESTE es un libro sobre la comida. Puesto que comer y vivir son experiencias humanas comunes, la comida nos ofrece una forma de vincularnos con los demás, de conocer y experimentar diferentes culturas y de expresar nuestra creatividad, haciendo arte en situaciones cotidianas. Cuando mi compañera de cuarto trajo yerba mate a Boston de un viaje a Chile en 2001, no era fácil encontrarla en Estados Unidos como lo es ahora. Intrigada al instante por la calabaza marrón oscuro y la pajilla con un extremo cerrado, abrí el compacto paquete y encontré unas hojas trituradas de color verde grisáceo con un aroma ahumado a hierbas que llenó el cuarto. Pero ignoré cómo se combinaba todo eso hasta que viviendo en Nueva York la bebí regularmente con amigos argentinos que insistían en que aprendiera la forma correcta de hacerlo (“¡No muevas la bombilla!”, me dijeron cuando la empecé a acomodar). Cuando descubrí en las montañas del Líbano cafeterías donde vendían mates hechos con la madera dura local y bombillas junto a narguiles en alquiler, empecé a obsesionarme.

Una vez que comencé a prestar atención, encontraba la yerba mate en todas partes. Los grandes escritores y artistas de la región de América del Sur llamada Cono Sur la presentan en sus obras. Jorge Luis Borges abre un poema acerca de una caminata nocturna con una línea que describe a la noche “olorosa como un mate curado”. “Yerba” hace referencia a las hojas, y “mate” en general se refiere al recipiente o calabaza para beber y, a veces, a la bebida en sí misma. Dos décadas atrás era frecuente ver el nombre escrito en inglés como “yerba maté”, con acento agudo en la “e” como una

guía para su pronunciación y para hacerles saber a los lectores que “mate” rima con “café”. Pero el reciente auge de la yerba mate en América del Norte tuvo su efecto ortográfico, e incluso el corrector ortográfico de Microsoft modifica automáticamente el acento, lo cual es muy oportuno porque “maté” (acento en la segunda sílaba) suena como una confesión de homicidio en castellano.

Una consecuencia inesperada de mi fascinación vocal por el mate fue que mis amigos se convirtieron en asistentes de investigación informales. Empezaron a enviarme imágenes cada vez que el mate se cruzaba en sus caminos: como productos de belleza en los estantes de una tienda en Francia o un grafiti al costado de un edificio en Líbano. Me facilitaron mucho la redacción de este libro. Siento una profunda gratitud hacia mis estudiantes de Duke y de Wheaton que probaron el tereré helado y el mate caliente y que hasta emprendieron conmigo aventuras de recolección en Durham, cosechando, tostando y luego infundiendo nuestro fenómeno local con cafeína: el *Ilex vomitoria*. Sobre todo, estoy especialmente agradecida a nuestra estudiante de doctorado en Antropología Cultural Samar Zora, quien después de una semana trajo a mi oficina sus descubrimientos acerca de la relación entre el uso del mate y el Medio Oriente durante su primer semestre como mi asistente de investigación. Los ojos de Samar resplandecían de emoción mientras me mostraba páginas y páginas de publicidad del mate en árabe, los mapas de las rutas comerciales, el debate acerca de la aceptabilidad del mate que derivó en una *fatwa*, e incluso las fotos de un espectáculo en línea de títeres de dedo sirio en el que todo tipo de personajes bebían mate. Perdimos a Samar en el trágico terremoto de febrero de 2023 en Turquía y Siria. Su curiosidad y su amor por el conocimiento impregnan las páginas del capítulo VI.

Agradezco a los cientos de bebedores de mate, proveedores, productores y recolectores en Argentina, Brasil,

Chile, Paraguay, Uruguay, Líbano, Siria, Jordania, Francia, Canadá y Estados Unidos que compartieron conmigo sus recetas, conocimientos y amor por la yerba mate. Me siento particularmente agradecida al personal del Archivo Nacional de Asunción, Paraguay, que me ayudó a navegar por frágiles manuscritos coloniales tempranos; a Milda Rivarola y su incomparable archivo visual, la Imagotheca Paraguaya; a los antropólogos e historiadores paraguayos Marilín Rehnfeldt, Ana Barreto Valinotti, Herib Caballero, Anahí Soto Vera y Claudio Armadans, y al Comité Paraguayo de Ciencias Históricas. El Museo Antropológico Andrés Barbero dirigido por Adelina Pusineri, la Universidad Comunera, con Antonieta Rojas y Carla Fernández al frente, y el Centro Paraguayo de Estudios Sociológicos (CPES) y la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) con Magda Rivarola y Rudi Elías han sido mis hogares intelectuales en Asunción. La comunidad de paraguayólogos en ambos hemisferios es una fuente de inspiración. Incluye a Caroline Schuster, Kregg Hetherington, Joel Correia, Gustavo Setrini, Bridget Chesterton, Amber Wutich, John Tofik Karam y Paola Canova.

Agradezco a Marcus Folch el acierto de animarme a que me ocupara del pariente estadounidense del *Ilex paraguariensis*, el yaupon, que casualmente crecía fuera del ventanal de nuestra sala, permitiéndome una primera aproximación al estimulante *Ilex* estadounidense. Para mi investigación acerca de la yerba mate, el yaupon y la guayusa tuve el apoyo de una beca Fulbright, del Duke Arts & Sciences Council Committee on Faculty Research, del Franklin Humanities Institute y del programa del Wertheim Study para escritor residente de la Biblioteca Pública de Nueva York. En Duke, mi trabajo se benefició con el aporte de un amplio compromiso institucional, que incluyó al Latinx Faculty Writing Group, la comunidad del Centro de Estudios Latinoamericanos y del Caribe (CLACS), mis colegas del Departamento de Antropología Cultural y muchos otros.

Agradezco a Fred Appel, James Collier, Jill Harris y al comité editorial de la Princeton University Press su visión sobre el libro acerca de la yerba mate; a Jennifer Backer por su mirada atenta para la corrección de pruebas y a los lectores anónimos del libro por sus análisis rigurosos y su compromiso creativo con él. Partes del trabajo sobre la historia de la yerba mate y del yaupon que se encuentran en los capítulos I y II han sido tomados de dos artículos publicados en *Comparative Studies of Society and History*: “Stimulating Consumption. Yerba Mate Myths, Markets and Meanings” (2010) y “Ceremony, Medicine, Caffeinated Tea. Unearthing the Forgotten Faces of Yaupon (*Ilex vomitoria*)” [Ceremonia, medicina, té con cafeína. Desocultando aspectos olvidados del yaupon] (2021). El editor David Akin fue uno de los primeros que confiaron en este proyecto. El germen de las ideas de este libro surgió en las clases de posgrado que dictaba el director de mi tesis, Marc Edelman. Agradezco a Juan Carlos Cristaldo, Silvia Edelman y Lorena Silvero de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Arte de la Universidad Nacional de Asunción (FADA/UNA) por su trabajo para dar vida a los mapas y a los gráficos y hacerlos contar la historia del mate. Las imágenes para el proyecto de este libro provienen de la Diran Sirinian Collection y las cámaras son de Diego Kartaszewicz y Henry Maillet.

La receta para cualquier buen libro empieza con una comunidad creativa y yo tengo la bendición de estar rodeada de muchos escritores que me inspiran, entre ellos Larycia Hawkins, Julie Rodgers y Carey Wallace; amigos de la facultad e interlocutores de larga data como Lydia Johnson, Katy Goldsborough, Elliot DeHaan, Nathaniel Barksdale, Jane Rubio, Liza Cagua, Abena Osseo Asare, Agbenyo Aheto, Julie Thwing, Yang-Sze Choo, Olamide Jarrett, Robyn y Jonathan Liu, Naunihal Singh, y toda la promoción de 1998. También Kwame Akowuah, Li Lian Tan, Rebecca y Patrick Ray, Adrienne Lotson, Brian Howell, Christa Tooley, Amy

Hsiao, Eduardo Espina, Alessandro Angelini, Cam McDonald, Melissa Zavala, Julie Skurski, Bryan Lowder, Nicole Labruto, Michael Gately y Laura Kent, Johanna y John Villalobos, y tantos otros. Sobre todo, le agradezco a mi familia, a Juan Carlos, Daniel, Juani, Liliana, Juan y Julie, Marcus, Celeste, Elías, Mattin, Emmeline, Candace, Jakob, Andrómeda, Freja, Saga, Astrid, Diana, Víctor, Soledad y Emilita, Víctor y Mercedes. Dedico este libro a mis abuelos cubanos y dominicanos, quienes me transmitieron el gusto por la cocina y me enseñaron cómo la gastronomía crea una comunidad, e incluso me hicieron probar por primera vez el mate en un trago de Materva.



FIGURA 1. Mate de calabaza y bombilla, siglo XVIII, fotografía de Henry Mailliet.

INTRODUCCIÓN

PARA preparar un mate, toma la calabaza curada o el cuerno de vaca (guampa) o lo que sea que vayas a usar como recipiente y llénalo hasta los dos tercios con hojas secas de yerba. Tapa la abertura firmemente con tu mano, invierte el recipiente y sacúdelo con suavidad para deshacer cualquier grumo que pueda haberse formado en el polvo y para asegurarte de que las hojas y las ramitas hayan quedado parejamente distribuidas. Luego toma la larga pajilla para beber, o bombilla, e introduce con fuerza el extremo con el filtro hasta el fondo de la yerba, manteniéndola próxima a un lado del recipiente. Esto te dejará una amplia área en la superficie de las hojas sueltas de la yerba sobre la cual verter el agua. Si vas a tomar mate caliente, vierte sobre la yerba en la calabaza agua caliente, pero que no esté hirviendo, llenándola de modo que el líquido levante apenas las hojas y en la superficie empiecen a formarse burbujas de aire. Si estás usando un cuerno de vaca para beber tereré helado, el agua que uses deberá estar bien fría e infusionada con yuyos o hierbas medicinales tradicionales.

Espera unos segundos hasta que las hojas sueltas de la yerba hayan absorbido el líquido y luego vierte un poco más de agua en el recipiente. Sorbe con la bombilla para extraer el agua infusionada de la calabaza o guampa hasta que escuches que estás absorbiendo aire. De allí proviene la palabra “tereré”, la versión onomatopéyica en guaraní del sonido que se hace al sorber la bebida con la bombilla. Es habitual que el cebador, la persona que prepara el mate para el grupo, tome el primer trago para eliminar el amar-

gor inicial antes de volver a verter agua en el recipiente y pasárselo a otra persona. Cada uno a su turno en una ronda de mate o tereré vacía el recipiente con la misma bombilla y vuelve a pasárselo al cebador, que lo llena otra vez y se lo entrega a la persona siguiente.

La yerba mate ocupa el tercer lugar en el mundo entre las bebidas naturales con cafeína, después del té y del café. Inspiró la primera letra escrita de un tango. Fue el motor económico de los primeros jesuitas y de las utopías nacionalistas alemanas, aunque a una distancia de siglos. El secreto de su cultivo se encontró, se perdió sin esperanzas y fue redescubierto. Las rivalidades por su riqueza estuvieron en el centro de una de las guerras más devastadoras de la historia moderna y alimentaron grandes conspiraciones católicas. En un circuito más global, el mate es un protagonista habitual en los teatros de títeres de los disidentes sirios. Y el equipo nacional argentino alzó con orgullo sus mates para que todos los vieran en su camino hacia la victoria en la Copa del Mundo de la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA) de 2022.

Hecho a base de hojas secas y brotes tiernos de *Ilex paraguariensis*, el mate proviene de un árbol perennifolio que crece en el bosque atlántico subtropical en el corazón de América del Sur. En Argentina, el sur de Brasil, Paraguay y Uruguay, el mate es la bebida favorita, y estimula con su líquida efervescencia a quienes lo toman como a otros el café de Colombia o un té inglés. Los pueblos originarios lo consumieron en la época precolombina en América del Sur; bajo el dominio de la colonia española el mate se expandió más allá del área de su hábitat natural y se convirtió en la principal bebida, después del vino y del agua; durante el Virreinato del Perú fue ampliamente popular en Argentina, Bolivia, Chile, Ecuador, Paraguay, Perú y Uruguay (Blinn Reber, 1985; Whigham, 1991). Hoy en día, la cultura del mate ha viajado lo bastante lejos como para dejar su hue-

lla en el Levante (bombilla incluida). Líbano y Siria se han convertido en los primeros importadores de yerba fuera de América del Sur. Y la bebida ha cobrado nuevo impulso en América del Norte como una bebida energizante envasada o en saquitos que contienen porciones individuales. No se necesita una bombilla.

Pero si el mate es tan delicioso como lo constatamos por su popularidad, ¿por qué los estadounidenses en general no beben la principal bebida estimulante que se vende en el mundo y proviene de América? De hecho, ¿por qué tomamos café en Estados Unidos, sobre todo teniendo en cuenta que este país tuvo un famoso episodio relacionado con el té en la base de su origen como nación? La respuesta no es quién llegó primero. Las tres bebidas exóticas arribaron a Europa aproximadamente al mismo tiempo y le llevó siglos a la cafeína afianzarse en el Atlántico Norte. Los españoles se familiarizaron con el mate y el chocolate en el siglo XVI, cien años antes de que el café o el té fueran conocidos en Europa Occidental. De modo que, técnicamente, el mate llegó primero. El café avanzó hacia el oeste en el siglo XVII desde el Imperio otomano a través de la popularización de los cafés, que entonces (como ahora) constituían un espacio de sociabilización pública donde se debatían las nuevas ideas e incluso se concertaban transacciones comerciales (Matthee, 1994). Oportunamente el primer café de Inglaterra se abrió en Oxford a principios de la década de 1650, sentando un precedente para los cafés en las ciudades universitarias en todo el mundo. El té negro apareció poco después como un producto novedoso en un café de Londres. Produjo una impresión tal que el escritor inglés Samuel Pepys registró en su diario la primera vez que lo bebió, el 25 de setiembre de 1660 (Pepys, 2003: 33; Varela Flor, 2021).

Los productos comestibles como la yerba mate son temas populares en los libros porque nos hablan de noso-

tros mismos y del mundo en que vivimos. En los últimos años la sal, el bacalao, el azúcar y las hamburguesas han sido tratados como celebridades (Gonzalez, 2019; Kurlansky, 1998, 2003; Pendergrast, 2010; Martin, 2018; Shapiro, 2015; Wilson 2007). El vino tinto, el café, el té y (especialmente) el chocolate son perennes favoritos. Ya es hora de que la yerba mate ocupe el centro de la atención. ¿Qué podemos aprender de la biografía de esta bebida estimulante sudamericana? Lo primero que hay que saber es que el mate tiene múltiples facetas en tanto lo consideremos como materia prima, receta, bebida, ritual altamente estilizado o planta. Estos distintos aspectos implican un aprendizaje de la economía de las drogas (legales e ilegales), la botánica de las sustancias psicoactivas, los significados simbólicos del consumo, la historia política de América del Sur y otros temas.



FIGURA 2. A. Marchetti, *Costumbres de Uruguay: mate*, 1900, Biblioteca Nacional, Uruguay.

El mate acerca a las personas a través del tiempo y del espacio, desde las frías mañanas en el campo argentino y los tórridos mediodías del Chaco paraguayo al zoco de Damasco, los clubes nocturnos de Berlín, los cafés de Cracovia y la accidentada costa del noroeste del Pacífico. Hablar de gastronomía es divertido porque nos abre a las dimensiones simbólicas y materiales de la vida humana. La comida y la bebida que consumimos tienen una increíble capacidad de encarnar paradojas. En ciertas circunstancias la comida es algo prosaico, el pan de cada día que comemos para vivir; en otras resulta algo extraordinario, la fiesta con resonancias religiosas o un espléndido banquete de bodas. Una sola comida puede yuxtaponer las grandes fuerzas impersonales que producen y mueven lo que termina en los platos de nuestra cena y la experiencia íntima y personal del gusto y el recuerdo nostálgico de las comidas de nuestra abuela (Kipple, 2007). Al mismo tiempo el hecho de comer y beber une a las personas y las distingue como separadas de otras. La comida es a la vez e indivisiblemente algo simbólico y material (Appadurai, 1981).

Este libro se ocupa de las culturas de la yerba mate, desde sus comienzos en los pueblos originarios y las sociedades coloniales hasta su actual manifestación como producto global con cafeína. Rastrea las múltiples estructuras políticas y económicas que llevaron la bebida al mercado así como también la cambiante significación simbólica del mate: sus significados. Los significados sociales, más que un cálculo racional desvinculado, moldean las decisiones de los consumidores en los mercados. Pero los alimentos nos muestran también cómo estructuras mayores como las corporaciones, el colonialismo y el capitalismo, para mencionar unas pocas, afectan nuestras conductas en nuestra vida diaria. Este es uno de los principales postulados de la antropología económica y la razón por la cual las metodologías etnográficas, al observar cómo las personas hacen

sus compras diarias o navegan por sitios web, tienen tanto que enseñarnos. Una de las lecciones del café, el té y el mate es que la adopción de bebidas estimulantes tiene que ver tanto con las estructuras de mercado como con los significados sociales.

Para descubrir quiénes toman mate y por qué, es útil pensar en términos de “cadenas de mercancías”, las diferentes dinámicas de producción y consumo, y el comercio que vincula a ambos (Hopkins y Wallerstein, 1986).¹ Cuando nos centramos en los aspectos relacionados con la producción de la cadena de mercancías, nos planteamos preguntas sobre los trabajadores y los procesos laborales, los insumos y el medio ambiente, y sobre los costos de producción. El consumo nos invita a pensar en quién utiliza el producto y con qué fin, así como en los rituales y la economía moral que se construyen en torno a esa experiencia. Es decir, la historia política y económica del café y el té en Occidente presenta en primer lugar ceremonias exóticas (el té orientalizado) o una sociabilidad convivial (los cafés): el consumo. En segundo lugar, la creación de corporaciones imperiales o transnacionales privadas para las transacciones: el comercio. Y en tercer lugar la estructuración de paisajes para monocultivos extractivos (enclaves cafetaleros y plantaciones de té) que se desplazan de la periferia al centro: la producción. A los académicos les gusta estudiar las cadenas de mercancías de los principales productos comes-

¹ En su innovador ensayo sobre las cadenas de mercancías, Hopkins y Wallerstein ofrecen una definición importante: “El concepto de ‘cadena de mercancías’ se refiere a una red de procesos de trabajo y producción cuyo resultado final es una mercancía terminada. Al construir esta cadena, comenzamos con la operación de producción final y nos movemos secuencialmente hacia atrás (en lugar de al revés) hasta llegar fundamentalmente a la materia prima” (p. 159). Véanse también Bauer, 2001; Bestor, 2001; Roseberry, Gudmundson y Kutschbach, 1995; Topik, Marichal y Zephyr, 2006; Tsing, 2015; Wolf, 2010.

tibles porque revelan la emergencia nada menos que del capitalismo global.

Pero el mate no es un producto cualquiera. Tiene potentes propiedades psicoactivas que afectan tanto a la mente como al cuerpo. No solo posee el alcaloide cafeína, sino que también contiene cantidades significativas de teofilina (presente en el té) y teobromina (presente en el chocolate). La interacción entre estos compuestos le otorga un efecto distinto al del café o el té, que tienen un promedio un poco más alto de cafeína por taza, lo cual le da al mate la reputación de ser un estimulante menos excitante. Pero, por supuesto, el poder de estas bebidas varía según cómo se las prepare. Las hojas secas del té tienen más cafeína por gramo que el café molido, por lo cual usamos más cantidad de café por taza. Para no quedar en desventaja por su menor contenido de cafeína, los bebedores en América del Sur llenan un mate con al menos media taza de hojas secas de yerba varias veces al día. La similitud de efectos entre productos vegetales provenientes de diferentes rincones del mundo desconcertó durante mucho tiempo a los observadores. Fue con el estudio de plantas psicoactivas que tuvieron su origen disciplinas como la biomedicina, la botánica y la química de laboratorio (Carod-Artal, 2013; Cañizares Esguerra, 2006; Dauncey y Howes, 2020; Dauncey y Larsson, 2018; Manning y Rood, 2016; Schiebinger, 2017; Voeks y Greene, 2018).

El mate se convirtió en una mercancía al ser incorporado a los circuitos de comercio administrados por europeos, un proceso que cambió tanto su forma de producción como la manera en que sus usuarios lo consumían. Las transformaciones históricas por las cuales los bienes se convierten en mercancías de intercambio arrancan a los objetos de sus significados intrínsecos. Un tomate se convierte en algo que obtenemos a través del dinero, que adquirimos vendiendo nuestro trabajo, en lugar de ser algo que

nos esforzamos por cultivar y que recogemos triunfalmente después de haber esperado meses, mientras la pequeña planta brota del suelo que cuidamos, desmalezamos y regamos. Los fideos con queso listos para su consumo se producen masivamente y se congelan, en vez de ser cocinados esforzadamente a partir de una receta familiar transmitida de generación en generación. Los filósofos de la economía han señalado que una economía basada en el intercambio monetario oculta las relaciones sociales subyacentes a las mercancías, ya que no podemos ver el trabajo ni las condiciones de producción que se invirtieron en el producto o servicio que estamos comprando (Marx, 2011). Esto nos da la ilusión de que, al comprar cosas, estamos simplemente intercambiando dinero por una mercancía, cuando en realidad lo que hacemos es intercambiar el trabajo que ejercimos para ganar el dinero por el trabajo que se invirtió en producir el bien.

Marx llamó a este fenómeno “fetichismo de la mercancía”, porque la mercancía inerte adquiere casi un poder agente, como si pudiera moverse por sí sola, cuando la verdadera fuerza creativa detrás de ella es el ingenio humano. Para enseñar el fetichismo de la mercancía, un colega muy respetado solía preguntarles a sus estudiantes (simultáneamente horrorizados y fascinados) qué sabían, si es que algo sabían, sobre el papel higiénico que usaban, dónde o cómo se fabricaba. Debido a que la producción y el consumo de mercancías están separados, es prácticamente imposible saber qué está involucrado en la fabricación de los bienes, a menos que, de hecho, vayamos al lugar de su producción. Y por eso este libro intenta ir más allá del fetichismo de la mercancía al contar historias sobre la producción y el consumo del mate.

Al mismo tiempo, las plantas tienen poder sobre las personas. En su obra clásica de antropología cubana, *Contrapunteo cubano del tabaco y el azúcar*, Fernando Ortiz



FIGURA 3. Guampas de cuerno repujado para tereré, Museo del Barro, Asunción, Paraguay, con la autorización del Centro Cultural Citibank, fotografía de la autora.

explora la relación entre las dos plantas dominantes de la isla más grande de las Antillas: una nativa del Nuevo Mundo y la otra traída del Viejo; una elaborada de manera artesanal y la otra producida masivamente. El autor considera al azúcar y al tabaco como actores históricos, como agentes por derecho propio con el poder de moldear la sociedad humana. Este “contrafetichismo” revela la naturaleza interrelacionada de las mercancías, ya que sus cualidades materiales están inextricablemente vinculadas a las estructuras económicas y a las interpretaciones simbólicas (Coronil, 1995). Las nuevas investigaciones, que van desde la biología hasta la filosofía, también desafían la comprensión común de las plantas como telones de fondo inertes para la acción animal. Darwin observó que la radícula (la punta de la raíz) de las plantas actúa como un cerebro animal “primitivo”, tocando, sintiendo y tomando decisiones sobre hacia dónde dirigirse (Darwin y Darwin, 1897: 573).

Sabemos ya que las plantas se comunican entre sí por medio de los olores (Chamovitz, 2012). Liberan sustancias químicas cuando son heridas o consumidas, de manera que otros ejemplares cercanos se enteran de que uno de su especie está en peligro. En resumen, las plantas resuelven problemas. Las estrategias que emplean para hacerlo, para reproducirse, evitar depredadores o encontrar agua, pueden considerarse como una forma de “pensamiento vegetal” o “inteligencia de las plantas” (Coccia, 2018; Kohn, 2013; Marder, 2013; Myers, 2015; Sheldrake, 2020). De manera similar, las personas recurren a las plantas para resolver problemas aparentemente humanos. Aunque la química de laboratorio puede explicarnos por qué el café nos mantiene alerta o el cannabis nos relaja, el atractivo de esas reacciones químicas reside en un contexto más amplio, lo cual explica por qué algunas son consideradas moralmente lícitas y por qué esa condición cambia con el tiempo.



Qué tienen en común un gaucho argentino del siglo XIX, un hípster estadounidense y un jeque libanés? El mate. ¿Cuál fue la bebida que llegó al Viejo Mundo antes que el café y el té? El mate. ¿Quién inspiró el primer tango? ¡Sí! El mate. Así como la pelota no se mancha, la bombilla no se mueve y el mate se toma amargo. Ningún cebador que se precie lo pondría en dudas, pero ¿somos conscientes del alcance de la bebida que tomamos día y noche, sin importar la hora, en compañía o en soledad?

Desde América del Sur hasta Medio Oriente, pasando por América del Norte, la bebida nacional de Argentina, Uruguay y Paraguay es protagonista de múltiples historias y experiencias, derribando fronteras políticas, culturales y hasta religiosas. En *El libro de la yerba mate*, Christine Folch analiza quién bebe, por qué y cómo la historia de una infusión puede ser ni más ni menos que la historia de la construcción del mundo moderno.

ISBN 978-987-719-572-9



9 789877 195729