

**SOBRE TENDEROS Y PULPEROS:
MINORISTAS URBANOS DESALTA Y JUJUY. (SIGLO XIX)**

*(TENDEROS AND PULPEROS: URBAN PETTY MERCHANTS OF SALTA AND
JUJUY IN THE 19th CENTURY)*

EMMA T. RASPI*

RESUMEN

El trabajo analiza las modalidades de organización de los comercios urbanos abocados a la actividad minorista, de los mercados de las ciudades de Salta y de San Salvador de Jujuy, durante el siglo XIX, para lo cual se identificaron los diversos tipos de establecimientos abiertos al público, algunas estrategias que llevaron a cabo en sus negocios, los nexos y/o conflictos con grandes mercaderes, como así también los cambios que experimentaron durante esta etapa, plagada de turbulencias políticas y bélicas.

Por otra parte, el creciente número de tiendas, pulperías y otros establecimientos, da testimonio del dinamismo económico que lograron mantener estas ciudades, a pesar de los conflictos iniciales del siglo y son asimismo indicadores de la intensidad de la potencialidad de la sociabilidad urbana, variable que también se toma en cuenta en este estudio.

Palabras Clave: Casas comerciales - minoristas urbanos - sociabilidad popular.

ABSTRACT

This paper analyzes the petty merchant in the nineteenth-century urban centers of Salta and San Salvador de Jujuy in a comparative perspective. The types of establishments, their commercial strategies, and their contacts and conflicts with other merchants are examined. The effects of war and political problems for these merchants are also taken in to account. Despite the political turmoil, the small-scale commercial establishments thrived during this period. These places were important centers of sociability for the urban lower orders, despite attempts by city governments to restrict them.

Key Words: Shops - urban retailers - popular sociability

INTRODUCCIÓN

Durante la primera mitad del siglo XIX, las ciudades de Salta y San Salvador de Jujuy experimentaron ciertos procesos sociales similares, como lo fueron los

* Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales - Universidad Nacional de Jujuy - Unidad de Investigación en Historia Regional - Otero 262 - CP 4600 - San Salvador de Jujuy - Jujuy - Argentina / CONICET. **Correo Electrónico:** eraspi@unsa.edu.ar

ritmos relativamente paralelos de crecimiento urbano, a pesar de las conflictivas turbulencias políticas y bélicas del período revolucionario. Asimismo se profundizaron ciertos matices propios de la estructuración social típica de las sociedades comerciales modernas y donde lógicamente los límites entre pasado colonial y modernidad se presentaron confusos. Tales fenómenos actuaron como telón de fondo del proceso en que dificultosamente estas ciudades buscaron lograr una lenta y progresiva integración económica de la región con la economía internacional(1).

Desde tiempos coloniales ambas se habían distinguido por sus nutridos movimientos comerciales, a escala regional e inter-regional pues se ubicaban sobre los caminos que conectaban a las pampas rioplatenses con los mercados de las minas de plata altoperuanos. El comercio de ganado en particular, había contribuido a otorgarles una destacable fisonomía mercantil, pues los centros de reunión para la compra-venta de ganado o los lugares de invernada de las mulas se ubicaban en puntos muy cercanos a estos espacios urbanos.

En tal sentido, los sectores mercantiles que residían en estas plazas y se aventuraron en los diversos circuitos y redes comerciales, profundizaron la práctica de desarrollar sus operaciones a partir de tiendas, almacenes y pulperías. La tendencia creciente en el número de estos establecimientos en ambas ciudades dio testimonio del dinamismo económico que lograron mantener; a pesar de los conflictos iniciales del siglo y fueron, asimismo, indicadores de la intensa potencialidad de la sociabilidad urbana.

A la luz de tal proceso se hace pertinente el estudio de los comerciantes y sus casas mercantiles, pues permite conocer de manera concreta el funcionamiento del mercado y la compleja articulación de los intereses en juego, la dinámica de los flujos mercantiles que estaban bajo el control de dichas empresas y la importancia que tuvo el capital comercial en las economías. Asimismo constituye un aporte a la historia social, al develar la amplia y diversa gama de intereses que entraban en juego en torno a sus funcionamientos, dadas las relaciones que mantenían con grandes comerciantes, los poderes gubernamentales y el común de la población.

Los grupos mercantiles fueron un elemento central en el escenario urbano, por lo tanto detentaron un innegable peso en la vida de tales mercados y les imprimieron una indeleble fisonomía mercantil. La ciudad significaba una base para sus operaciones pues desde allí **operaban** tanto los grandes comerciantes que conformaron parte de las elites, como aquellos que tenían pequeñas tiendas o pulperías e incluso los que pregonaban en la vía pública sus mercancías. Cabe señalar entonces que los individuos seleccionados para este estudio corresponden a la categoría de “*mercaderes*” que emplea Catherine Lugar(Lugar: 1992) puesto que ofrecían su mercancía en mostradores, es decir en diversos tipos de establecimientos mercantiles. Tal selección si bien omite la consideración de un importante sector como el de los “*comerciantes itinerantes*”, nos permite abordar la trama social del tejido urbano pues involucra a una variedad de individuos provenientes de diferentes condiciones sociales.

En virtud de este recorte y para determinar quiénes y con qué características intervinieron en estos mercados urbanos seleccionamos en primer término, una nómina con los individuos que pagaban el impuesto de patentes por sus

establecimientos de carácter comercial, tales como tiendas, almacenes y pulperías. La comparación a intervalos regulares nos permitió observar su evolución y permanencia en los mercados señalados.

Para comprender el entramado de la estructuración social de estos actores, debimos recurrir a una amplia variedad de fuentes(2). A partir de este corpus documental intentamos dar solución al problema referido a la dificultad y el esfuerzo analítico que requiere “descubrir la voz” de la gran cantidad de individuos abocados al menudeo y que conformaron el contingente de los sectores populares, pues las fuentes oficiales dan cuenta de ellos indirectamente y la documentación de carácter privado de estos sectores es sumamente exigua.

Al analizar al sector tuvimos en cuenta dos vertientes de análisis una de carácter económico y otra referida a las pautas de sociabilidad. Es decir que abordamos el estudio del sector desde lo siguiente: los diferentes tipos de casas comerciales definidas fundamentalmente a partir de su peso económico y sus roles de sociabilidad.

- De acuerdo al tipo de impuestos que pagaban por estos establecimientos, en los que contaba el capital invertido, realizamos algunas aproximaciones sobre los montos del capital con que usualmente operaban y por otra parte las posibilidades de acceder o bien de otorgar créditos.
- De acuerdo a la legislación que pautaba las normas de conducta de la clientela en tales establecimientos es posible abordar las características y funciones que cumplían como centros de sociabilidad pública, especialmente frecuentados por los sectores populares.

También abordamos a los actores sociales a partir del status que gozaban dentro de su corporación, es decir entre sus pares y en la comunidad, también aludimos a la participación femenina y finalmente esbozamos algunas pautas sobre el carácter de las relaciones entre estos sectores y las autoridades locales. Consideramos que estos criterios constituyen factores que permiten visualizar la naturaleza de las diferenciaciones sociales.

Cabe acotar que en el presente trabajo se reflejan los primeros resultados sobre la temática presentada, por lo cual sólo es posible ofrecer por el momento una descriptiva visión de conjunto sobre las casas comerciales analizadas(3).

TIPOS DE CASAS COMERCIALES

La expresión casa comercial, además de su alusión al espacio físico, puede ser entendida como la empresa particular donde se agrupaban variadas actividades mercantiles y financieras, y fue el fundamento de diversas formas de negociar en el ámbito de lo privado(4). El conjunto de establecimientos así entendidos, estaba compuesto por una variedad de negocios que se diferenciaban entre sí por los montos con que operaban y por ende los alcances de sus actividades mercantiles, los tipos de productos que expendían y los diferentes roles de sociabilidad que cumplían; así en las ciudades de Salta y Jujuy operaban Tiendas, Almacenes, Boticas, Cafés y Pulperías.

Dentro de tan amplio espectro, nos ocuparemos de esa gran mayoría de

comercios urbanos abocados específicamente a la actividad minorista(5) y a las pulperías en particular. Algunos de los dueños de estos establecimientos fueron operadores en las redes mercantiles a escala regional y local con volúmenes reducidos. De acuerdo a la clasificación de Catherine Lugar, este nutrido sector social correspondería al de los *mercaderes minoristas*(6).

HACIA UNA ANATOMÍA DE LA EMPRESA MINORISTA

Clasificación de acuerdo a los productos de venta:

Las tiendas de ambas ciudades se caracterizaban por ofertar en sus mostradores un amplio abanico de mercaderías destinadas al comercio mayorista preferentemente, de los cuales los efectos de ultramar constituían el grueso de los artículos de oferta(7), seguidos por efectos del país provenientes del comercio regional(8); éstos últimos se ofertaban al público en general y a pulperos en particular. También proveían a los talleres artesanales con herramientas, muebles o insumos específicos(9). El abastecimiento de los talleres permitía a su vez establecer vínculos con los maestros artesanos y ofrecer sus productos manufacturados(10). De acuerdo a ello, las tiendas constituían centros de oferta y demanda de diversos artículos(11) y un punto de operaciones para el comerciante itinerante, desde donde se conectaba y operaba con otros mercados(12).

Los almacenes al igual que los tenderos de las primeras categorías invertían importantes capitales en sus establecimientos y les era permitido vender al mayoreo o menudeo indistintamente; excepto los *almacenes de caldos*, que sólo podían hacerlo al por mayor para evitar conflictos con los pulperos. En general se especializaban en el comercio de un solo tipo de producto; así es que en la ciudad de Salta se abrieron almacenes de caldos y aguardiente, azúcar, quinquierías y de maderas. Hacia 1850 la distinción entre tiendas y almacenes se enturbia y se confunde; en la terminología cotidiana se usaron indistintamente ambos términos y para el fisco sólo los almacenes de caldos se consideraron como establecimientos diferentes.

Por su parte, *las pulperías* se distinguieron de otros establecimientos pues eran casas de *venta al menudeo* específicamente, donde se expendían artículos de gran variedad, especialmente bebidas alcohólicas para el abasto de la ciudad o del mercado local. Sus dimensiones edilicias variaban desde cuartos con mostrador y mesas para la atención al público(13), hasta pequeños espacios reducidos a los umbrales de las puertas de las "*casuchas*" particulares(14).

Durante las primeras décadas del siglo XIX se fue delimitando el concepto de pulpería y lo que debía venderse en ellas. Ello se vislumbra en la ciudad de Jujuy a partir de 1810, cuando las autoridades coloniales exigieron cumplimentar el derecho de composición por parte de las pulperías, considerando como tales a todos los establecimientos donde se expendía algún producto. Ante las dificultades para cumplir con las medidas impositivas, especialmente entre las mujeres que expendían pan o frutas y aquellas donde se ofrecían artículos de "mui escaso giro"(15), surgió la necesidad por parte de las autoridades locales, de especificar quiénes debían cumplir con la carga fiscal, por lo que resolvieron considerar como pulpería a aquellas

casas donde además de los productos de abasto “*se vendan vinos, aguardiente o mistela.*”(16). Gradualmente la legislación posterior hizo un recuento más analítico de los artículos permitidos para la venta, los que se agruparon en tres rubros: *bebidas alcohólicas* para el consumo en el lugar o bien “para llevar” en pequeñas cantidades(17), *efectos de ultramar por escaso capital*(18) y especialmente *efectos del país*, excepto los que expendían los vendedores ambulantes: como frutas, verduras y leña(19). Las pulperías también ofrecían artículos manufacturados a nivel local, como velas, jabón, cigarrillos, algodón, harinas, pan y quesos(20), aunque generalmente los ofertaban los mismos productores.

Hacia mediados del siglo XIX, el importante crecimiento del mercado de la ciudad de Salta obligó a las autoridades locales a legislar y diferenciar con mayor rigurosidad a los distintos tipos de establecimientos. San Salvador de Jujuy, en cambio, era una ciudad más pequeña en la que los límites entre lo urbano y lo rural se presentaban más difusos, como así también las diferencias en las pautas culturales de las diversas jerarquías sociales. Quizás por esta razón las distinciones entre pulperías y tiendas eran poco notables; al menos para los fines que perseguían las autoridades locales, quienes decidieron legislar a todos los establecimientos comerciales por igual es decir que los impuestos se pagaran de acuerdo al capital invertido y no de acuerdo al tipo de casa comercial.

No obstante las divisiones establecidas por las autoridades, la diversidad de comercios resulta más compleja de lo que parece a simple vista, pues en ambas ciudades se instalaron diversos establecimientos polifuncionales, como en el caso de los diversos tipos de casas – taller – pulpería(21), propiedad de algunos maestros artesanos de diversos rubros que buscaban de esta manera ampliar sus recursos. Al parecer, en ciertas oportunidades la actividad mercantil resultaba más redituable, por lo cual algunos maestros como el herrero Mariano Gonzalez, terminaron por abocarse preferentemente a la actividad mercantil a través de la atención de pulperías o tiendas de importante categoría(22).

CUESTIONES ATINENTES A LAS JERARQUÍAS SOCIOECONÓMICAS

Entre las casas comerciales operaba una jerarquía determinada por la capacidad de la empresa mercantil y la posición socioeconómica del comerciante(Yuste:1998). La condición de almacenero o tendero la ejercían, generalmente, grandes comerciantes que se abocaron a todas las gamas a las que la actividad mercantil les permitía acceder. En sus tratos y contratos disponían de variadas capacidades de inversión, pues además de ofrecer artículos al mayoreo(23), provenientes de circuitos comerciales regionales o interregionales)(24), combinaron sus negocios con algunos de carácter financiero como el de ser prestamistas de importantes montos de capital(25), o bien, apoderados de otros mercaderes de igual o menor categoría(26).

Si bien el emporio mercantil era mayor cuando se alcanzaba la categoría de dueño de almacén o tienda, no era una condición indispensable para llevar a cabo operaciones de gran envergadura. Tal era el caso de pequeños tenderos que sólo contaban con un modesto establecimiento y que para mantenerlo debían asociarse

con otros comerciantes, o bien alquilaban sus locales para incrementar las ganancias(27).

Un punto que queda sujeto a un estudio más profundo se refiere a las vías de acceso al rubro. Por el momento podemos señalar que eran diversas y dependían de la categoría del establecimiento. En general, la empresa comercial de estas ciudades no escapó a la tendencia manifiesta en Latinoamérica, es decir que se trataba básicamente de empresas familiares; por lo tanto el flujo de pulperos y tenderos provenía de familias inscriptas en el mismo rubro mercantil. Otra vía de acceso la constituían los talleres artesanales, a través de la figura de los maestros a cargo de ellos; quienes en más de una oportunidad terminaron volcando sus intereses en la empresa comercial(28). De todos modos queda claro que dentro de la cosmovisión de las comunidades locales y de los sectores populares en particular, el acceso a la actividad mercantil era vista como una posibilidad de ascenso económico y de status social.

Por su parte, el numeroso grupo de pulperos se distinguía de los tenderos pues provenían de sustratos sociales diferentes; al analizar las listas nominativas de pulperos, vemos que difícilmente figuran entre los apellidos emparentados con las elites locales (29) y por otra parte, sólo un reducido número de propietarios de pulperías pertenecía al grupo de los importantes comerciantes que componía la matrícula de integrantes del Tribunal de Comercio.

Los efectos de comercio que se expendía en las pulperías eran escasos en relación con los de las tiendas; ello dio lugar a una clasificación de los establecimientos, según los cuales variaron las exigencias fiscales. Tanto en Salta como en Jujuy, durante las primeras décadas del siglo XIX, las pulperías fueron distinguidas en dos clases: de *primera* y de *segunda categoría*, de acuerdo al monto invertido en efectos de ultramar(30); esta medida fue tomada para evitar los conflictos por la competencia con los dueños de las tiendas.

Seleccionamos una muestra obtenida durante el año de 1814 en la ciudad de Jujuy(31), la cual indica que todas las pulperías operaban con una reducida cantidad de insumos, que no superaban los doscientos pesos; la mayoría con mercaderías que oscilaban entre los doscientos y cien pesos y sólo un pequeño número de comerciantes era propietario de establecimientos de menores dimensiones; tal vez porque en ese entonces, era más rentable sacar un permiso de vendedor ambulante.

Cuadro N°1:

Distribución de las pulperías de Jujuy según el valor de los efectos con que operaban.

\$ 200 a \$ 150	\$ 149 a \$ 100	\$ 99 a \$ 50	Menos de \$ 50
13	8	2	5

Fuente: AHS CG. 1813 N°2 Documento con fecha del 12 – 12 - 1814 (32)

A mediados de la década de 1830, la legislación estableció que la categorización de las pulperías debía hacerse según los **valores en venta de cada establecimiento**. El giro de la legislación al respecto, tenía como objetivo establecer las cargas impositivas según las dimensiones comerciales de cada grupo

dentro del sector(33). Posteriormente, a mediados de siglo, la difusión de pequeños establecimientos de escaso capital dio lugar a la división en cuatro categorías. La clasificación se establecía según los montos estipulados para todos los establecimientos comerciales, siendo de menor valor los correspondientes a pulperías.

Cuadro N° 2:

Clasificación de los comercios de Jujuy, de acuerdo a los valores en venta.

1° Clase	2° Clase	3° Clase	4° Clase
Superior a los 6000 \$	Entre 6000 \$ y 3000 \$	Entre 3000 \$ y 1500 \$	Menos de 1500\$

Fuente: Tello Eugenio: **Compilación de Leyes y Decretos. 1835 – 1889 de la Provincia de Jujuy.** Tomo II Registro Oficial del 05-05-1858.

Tanto en la ciudad de Salta como en la de Jujuy, la difusión del número de pulperías estaba en estrecha relación con la categorización de cada establecimiento. Las más difundidas eran las de *cuarta categoría*, y el número de establecimientos disminuía a medida que aumentaba la categoría; tal composición se mantuvo estable a lo largo de todo el período en ambas ciudades. De acuerdo a ello, es posible apreciar la magnitud del crecimiento urbano a escala minorista, una vez que cesaron los conflictos bélicos.

Un dato significativo se refiere a la participación femenina en estas actividades, ya que las mujeres de ambas ciudades se volcaron a las actividades comerciales con mayor intensidad que las de otros mercados urbanos de mayor volumen; tal el caso de Buenos Aires, donde sólo participaba una sola mujer hacia fines del siglo XVIII (Mayo: 2000).

Otro criterio que marca una significativa diferencia entre las pulperías y las tiendas o almacenes, se refiere a la proporción de mujeres que se volcaron a tales actividades. Si bien es cierto que la cantidad de propietarias de pulperías era reducida, no constituía un fenómeno poco frecuente; en ambas ciudades su número fue creciendo a lo largo de toda la etapa estudiada, aunque siempre con una participación menor a la masculina, lo cual manifiesta la permanencia de la tendencia a delegar en los hombres las actividades mercantiles. Por otra parte, las condiciones en que las mujeres tuvieron acceso a estas fuentes de trabajo fueron marginales, pues la mayoría contaba con pulperías de *cuarta categoría*; es decir, pequeños establecimientos de manifiesta pobreza; sólo algunas de ellas lograban mejores éxitos en sus historias comerciales. (Véase Gráficos N° 1 y 2)

Con el objeto de obtener mejores oportunidades de ganancias, algunas mujeres combinaban las actividades de producción de algunos insumos elaborados en el ámbito del hogar y los comercializaba en sus establecimientos(34). En otras oportunidades la atención de la pulpería constituía un negocio familiar, en el que las mujeres se encargaban de la atención de la pulpería, mientras el esposo viajaba para proveerse de los insumos necesarios para la venta(35).

La gran mayoría de los pulperos se dedicaba especialmente a la atención personal de sus negocios, sin embargo varios de ellos alternaron esta actividad con la de ser pequeños operadores comerciales a escala reducida(36). Por esta razón

encontramos que algunos de ellos realizaban largos viajes hasta diversos puntos, tales como las provincias de la región de Cuyo, diversas localidades de Bolivia y otras. La mayoría de los individuos que estudiamos se caracterizaban por establecer sus conexiones mercantiles con una sola región proveedora de ciertos artículos característicos(37). Es necesario destacar que en general este tipo de combinación en las actividades eran llevadas a cabo por comerciantes con pulperías de “*primera y segunda categorías*” y los montos de los artículos que transportaban eran reducidos, en relación con los que transportaban los grandes comerciantes.

En otras situaciones actuaron como nexos en redes mercantiles a escala regional, tal el caso del pulpero Francisco Paz, quien transportaba hacia Rinconada parte de las mercaderías que le eran enviadas desde distintos puntos de la región de Cuyo(38).

En varias oportunidades aprovechaban la posibilidad de vender las mercaderías adquiridas durante sus travesías en otros pequeños mercados. Es decir que algunos de ellos abrían sus locales temporalmente, cuando habían conseguido la mercadería suficiente para ofertar o, en el peor de los casos, se aventuraban a establecerlos aún antes de llegada la mercancía suficiente(39).

De acuerdo con la información cotejada hasta el momento, consideramos que la gran mayoría de los pulperos llevaba un estilo de vida más sedentario y se abocaba especialmente a la venta en el mostrador; por lo que solían adquirir sus productos de las grandes tiendas o pulperías de primera categoría(40) de la ciudad, o bien de diversos productores hacendados(41) o artesanos locales.

La figura de algunos pulperos gozaba de cierta relevancia ante los ojos de la comunidad, puesto que eran quienes podían proveer y fiar los artículos que cubrían las necesidades básicas de los sectores populares(42), y en más de una ocasión, estaban en condiciones de actuar como pequeños prestamistas. Tal el caso del pulpero, Don Sarverri, quien fió cinco pesos a Juan de Dios Zamora para que le pague al “*cura Moyano por el entierro de su mujer...*”(43). En estos casos las operaciones del pequeño capital mercantil, eran realizadas con papeles sin membrete, totalmente informales y casi siempre manuscritos, aunque también se encuentran documentos dotados de mayor formalidad. Es decir que la presencia de este grupo comercial fue significativa en el quehacer financiero local del despuntar liberal.

En algunas ocasiones la consideración del pulpero se enturbiaba cuando éste convertía ilegalmente su negocio una casa de empeño, que en algunos casos incluía la venta de piezas de plata labrada, joyas y *pastas de toda clase*. Esta práctica fue prohibida por las autoridades, pues daba lugar al tráfico de artículos robados y se exigió dejar sentado la identidad del propietario(44).

Dinámica del sector en relación a su peso numérico:

Cabe pensar que el aumento demográfico experimentado a partir de la década de 1840 por ambas ciudades fue correlativo con el crecimiento de sus mercados (Gil Montero, 1995. Mercado, 1988); un indicador de tal fenómeno se puede apreciar a partir de la difusión de las casas comerciales.

El creciente peso numérico alcanzado por los comercios minoristas de Salta,

la ubican como un significativo centro comercial a escala regional. No obstante la magnitud de su comercio local era significativamente menor a de los grandes centros portuarios, como el de Buenos Aires, que contaba con la importante suma de 418 pulperos hacia 1810 (Mayo, 2000), frente a los 45 de Salta..

El crecimiento experimentado por Jujuy fue menor que el advertido en Salta, pero sus ritmos fueron curiosamente constantes, a pesar de las serias vicisitudes por las que atravesó la ciudad durante la época de conflictos bélicos. (Véase Gráficos N° 3 y 4)

Al respecto debemos apuntar que los rumbos tomados por los acontecimientos políticos de la época influyeron para que las cargas fiscales, cobraran vital importancia para el erario municipal o provincial, menguando así las posibilidades de crecimiento de este sector(45).

Es decir que la presión fiscal sobre las pulperías aumentó de forma contundente, especialmente en la ciudad de San Salvador de Jujuy; por ejemplo, a mediados de la década de 1830 con la desaparición de los cabildos y el pase de sus fondos a los ministerios de Hacienda respectivos de cada provincia, el impuesto de patentes(46) dejó de ser uniforme y se comenzó a cobrar según la categoría de la pulpería(47). Por su parte, también la rigurosidad en el cobro del impuesto de **composición**(48) afectó directamente a los comerciantes más pobres de Jujuy, por lo que las protestas dejaron entrever la posibilidad de amotinamiento del sector, con tal motivo las autoridades locales iniciaron un pedimento para regularlo de maneras más justas en virtud de lo cual argumentaban: “...*Conciliando el bien público con el de la Real Hacienda. No es lo mismo dejar la libertad del comercio de pobres y ricos, y cobrar muchos pocos a los pobres que equivalgan o sean las pocas cuotas de los ricos...*”(49). En esta oportunidad primó una política en pos del bienestar de los sectores más pobres de la corporación, pues accedieron a cobrar el derecho sólo a las pulperías, es decir donde se vendían bebidas alcohólicas además de las tiendas y almacenes. A partir de 1830 el cobro de los “*derechos de composición*” se hace irregular y desaparece, precisamente cuando los criterios para la recaudación cambiaron y se efectuaban de acuerdo a los valores en venta de los establecimientos(50), tales medidas se habían acordado con el fin de impedir “*los abusos cometidos por los pulperos quienes reponían diariamente los mantenimientos formando una negociación durante todo el año*”(51).

Durante las primeras décadas, la recaudación fiscal actuó como un factor de presión sobre las posibilidades de crecimiento del sector, pese a ello no dejaron de efectivizarse, aunque de forma irregular debido a los conflictos y los éxodos de población.

El advenimiento de la paz trajo consigo cierta estabilidad económica, lo cual se refleja en el crecimiento de las casas comerciales. Durante esta etapa las autoridades locales se permitieron ejercitar políticas que beneficiaban a los grupos menos pudientes, con el fin de incentivar el mercado local, y evitar perjudicar irremediablemente a los establecimientos más pobres, por lo que acordaron: “*dispensar el derecho de patentes a aquellas personas pobres cuya tienda o pulpería no pase del valor de 50\$*”(52)

En Salta durante las décadas de 1850 y 1860, el número de tiendas se

triplicó con respecto a lo registrado a principios de ese siglo, alcanzando mayor predominio, las de *segunda categoría*, un lugar posterior era ocupado por el conjunto de almacenes. Las pulperías conformaron una parte importante del comercio urbano, por lo cual experimentaron un desarrollo creciente a lo largo del tiempo(53). Aunque su número siempre fue significativamente mayor que el de las tiendas, podría pensarse que tuvieron un profundo peso en los mercados locales de ambas ciudades. En parte esto fue así, puesto que alcanzaron un papel de suma importancia en el abasto público; sin embargo, la esfera de las decisiones y por lo tanto del control político dentro del sector, estuvo en manos de los grandes comerciantes representados en el Tribunal Mercantil (Morillo y Quiroga, 1999.).

Las pulperías como centros de sociabilización

Las pulperías además de constituir establecimientos para el abasto de insumos diversos, fueron lugares de reunión y centros de sociabilidad popular (Gonzalez Bernaldo, 1993.). Sin embargo, con el avance del tiempo y el crecimiento de las ciudades de Salta y de Jujuy fueron perdiendo gradualmente su función como puntos de reunión y mantuvieron sólo su papel en el abasto público. Uno de los factores de mayor peso en este proceso, lo constituyó la imposibilidad de consumo de bebidas alcohólicas en sus establecimientos.

Ante los ojos de las elites, fueron consideradas establecimientos de dudosa reputación, donde estaba prohibida la entrada de los menores y especialmente la de los “hijos de buenas familias”, por lo tanto las penalizaciones por permitir tales atrevimientos eran significativamente gravosas “... *! si hubiese permitido en su taberna hijos de familia o dependientes de otros en cualquiera clase, sufrirá la multa de 9\$...*”(54) Las pulperías ubicadas en las periferias de ambas ciudades eran las peor consideradas, puesto que constituían los establecimientos más frecuentados por “vagos y mal entretenidos”(55) y, por lo tanto, focos de posibles y frecuentes disturbios(56), o bien el lugar donde se ejercían actividades ilícitas, tales como el tráfico de objetos hurtados(57), juegos de envite(58) o la promiscuidad.

Durante la década de 1810 las pulperías se caracterizaron por expender bebidas “espirituosas”. Sin embargo, con el correr del tiempo, las autoridades municipales se vieron en la necesidad de legislar sobre su consumo en pos del “orden social”(59). Así durante las primeras décadas del siglo XIX, abundaron prescripciones referidas a la atención al público durante las horas en que se efectuaban las ceremonias religiosas(60), o durante los días festivos de la ciudad(61). En estos casos se prohibía la reunión popular en torno al consumo de bebidas alcohólicas y no la venta o el abasto de insumos(62).

En la década de 1850, la legislación se hizo más rigurosa y finalmente prohibió el consumo de estas bebidas en el local(63). La ausencia de esta facultad, supuso para las pulperías la pérdida gradual de su papel como puntos de concurrencia y atracción popular. Sin embargo, tales prácticas de la comunidad urbana encontraron nuevos cauces en el creciente número de cafés y villares que se establecieron durante esta etapa; los que se implantaron como centros destinados exclusivamente a la reunión social, pues ofrecían atracciones al público esencialmente masculino,

que implicaron matices diferentes en relación con otros negocios de idénticos fines.

La reunión social en el interior del café se promovía con la posibilidad de acceder a la diversión de nuevos juegos *de salón* como el villar, con el que se desafiaba la puntería y agudeza del participante, desde una variante un tanto distinta a los desafíos que proponía el viejo juego *del sapo o la taba*. También combinaron sus actividades específicas de sociabilidad con la venta ocasional de productos diversos, como estrategias para lograr ganancias y captar consumidores(64).

Por otra parte el café - villar comenzó a imponer nuevos hábitos de consumo, como la misma costumbre de beber café que se ofrecía junto a una diversa variedad de bebidas alcohólicas, vital elemento de atracción para la reunión social. También comenzaron a ofrecer nuevos surtidos de alimentos como helados o los productos de confitería. Todos ellos eran elaborados en establecimientos específicos que diferían de las instalaciones de los cafés.

El proceso de desplazamiento de las reuniones sociales de la pulpería al café, implicó una transformación en las prácticas de sociabilidad, fenómeno que contribuyó a la segregación del espacio urbano. Es decir que con el surgimiento de los cafés comenzó a operar una clara segregación sociocultural de la clientela, un ejemplo de este fenómeno fue el de implementar medidas para evitar el ocio en las pulperías, el cual se asociaba con el delito y la vagancia, también la represión de las autoridades alejaba a los asiduos hijos de las familias decentes de tales tipos de esparcimiento.

La razón por la que las autoridades fueron restringiendo la posibilidad del ocio en las pulperías se manifestaba de manera implícita en la documentación, pues al tratarse de sectores que debían asegurar la producción, el *recreo* dejaba de ser tal para convertirse en fuente de vagancia y por ende de potencial delito. En cambio la ociosidad en el café era permitida y no era mal vista por las autoridades; éstos por su propia naturaleza de espacios públicos representaron una forma de transición hacia formas de sociabilidad de carácter moderno. Sin embargo, pasará mucho tiempo para que las pulperías pierdan definitivamente las preferencias del público como centros de reunión popular.

CONCLUSIONES

Si bien nuestros estudios resultan aún insuficientes para valorar el papel de las casas comerciales minoristas dentro de los flujos mercantiles y el mismo abastecimiento del mercado local de Salta y Jujuy; es posible otorgarles cierta significación económica como establecimientos de oferta y demanda de artículos dentro del espacio local. Por otra parte, desde los comercios más importantes, se fue acentuando la función de la casa comercial como una de las formas preferidas para operar de los sectores mercantiles urbanos que se aventuraron en los diversos circuitos y redes comerciales.

También cabe señalar que a pesar de constituir los comercios más pobres dentro de la amplia corporación mercantil, es indudable que contribuyeron a otorgar una fisonomía comercial a las ciudades estudiadas, al participar en los escenarios vitales del intercambio socioeconómico debido a su crecimiento numérico y al papel

que asumieron como centros de sociabilidad popular urbana.

Dentro del espectro estudiado se observa que entre las casas comerciales operaba una organización jerárquica interna basadas en condiciones de status económico; al respecto, uno de los criterios que indicaba riqueza se reflejaba en la posibilidad de socorrer con préstamos a los menos pudientes. La cima de esta jerarquía era privilegio de tenderos y almaceneros, por debajo de los cuales se encontraba el importante contingente de pulperos discriminados a su vez, por condiciones socioeconómicas y de género.

A pesar de que las casas comerciales minoristas quedaron fuera de la esfera de las decisiones y por lo tanto del control político dentro del sector mercantil; la importancia que alcanzaron en el abasto público les permitió, en algunas ocasiones, propiciar políticas que las favorecieron, aunque no por ello dejaron de estar sujetas a los vaivenes propios del período revolucionario (Conti, 1998)(65).

Finalmente cabe señalar que las casas comerciales como las ejemplificadas, fueron también referentes que deben considerarse en los análisis sociopolíticos de esta etapa, puesto que no se mantuvieron en estado de pasividad frente a los acontecimientos bélicos que sacudieron a la región durante éstas décadas; manifestando su intranquilidad ante las medidas políticas que afectaban sus negocios.

Gráfico N°1

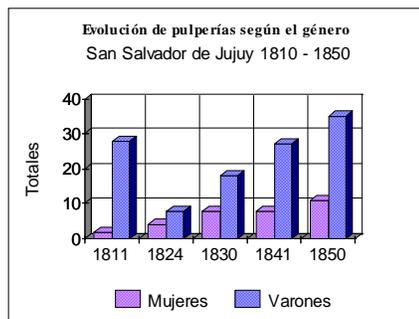
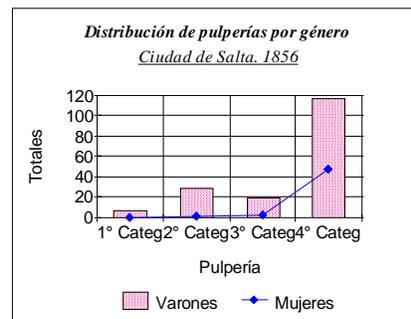


Gráfico N°2



Fuentes para Salta: AHS: CG 1856 N°1.

Fuentes para Jujuy: AHS CG N°13; AHPJ CG. 1824 N°1; CG 1830 N°1; CG 1841 N°1 y N°2; CG 1850 N°2.

Grafico N°3

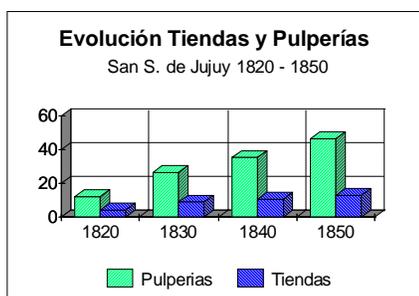
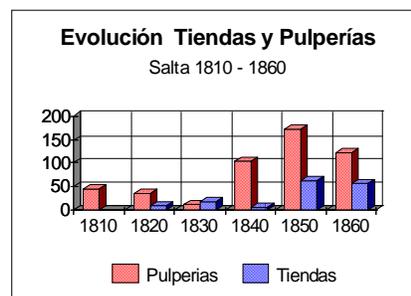


Gráfico N°4



Fuentes para Salta: AHS: CG 1863 N°2; CG 1856 N°1; CG 1840 N°2; LH 30; CG 1825 N° 6; LM 58 y CG 1812 N°2.

Fuentes para Jujuy: AHS CG N°13; AHPJ CG. 1824 N°1; CG 1830 N°1; CG 1841 N°1 y N°2; CG 1850 N°2.

NOTAS

- 1) Agradecemos los comentarios de Silvia Romano a la ponencia sobre este tema, presentada en las VII Jornadas Regionales de Ciencias Sociales, en el Simposio: *Entre los negocios y la política. La región del NOA. Siglo XIX. San Salvador de Jujuy. 2000.*
- 2) Tales como Padrones Censales (disponibles sólo para la ciudad de Jujuy), Libros de Hacienda LH, Carpetas de Gobierno CG, Protocolos Notariales PN, Legislaciones diversas, Descripciones de algunos viajeros y periódicos de la época.
- 3) El trabajo forma parte de un proyecto de investigación abocado al estudio de los sectores populares urbanos y sus formas de sociabilización, en las ciudades de Salta y de San Salvador de Jujuy, entre 1810 – 1860.
- 4) Concepto extraído de la Introducción del Boletín de Fuentes. América Latina en la Historia Económica. Casas Comerciales. Instituto Mora, N°9, Enero – Junio, 1998.
- 5) *“Dícese del comercio por menor cuando se hacen las ventas por varas, libras, azumbres o cuartillos, según sea los artículos en que se comercia”* Diccionario de Legislación y Jurisprudencia S. XIX España. Sin pie de imprenta. Pág. 466.
- 6) Lugar Catherine: 1992.
- 7) Archivo Histórico de Salta, en adelante AHS. Registro Oficial de Salta. Disposición del 03-02-1833.
- 8) En el anuncio del Periódico “El Comercio” se lee que en la tienda de Manuel Sosa se vendían *“barriles de vino morado Del Valle”* AHS Sección Hemeroteca, en adelante SH. Año III, N° 177, del 14-01-1857.
- 9) AHS SH: Periódico: “El Comercio”. 17-05-1855. Año I N°10 y 10-12-1856. Año II N°168.
- 10) *Ibidem.* 17-05-1855. Año I N°10.
- 11) *Ibidem.* 22-11-1856. Año II N°163.
- 12) *Ibidem.* 06-12-1856. Año II N°167. *“...Se vende un caballo nuevo, manso, gordo y de buen movimiento con su respectiva montura de silla,... en la tienda del Sr Delgadillo darán razón.”*
- 13) Según se desprende de la lectura del Registro Oficial del 03-12-43. En: Tello E, Ob Cit, T. I
- 14) AHS Carpeta de Gobierno, en adelante CG. 1810-11 Expediente de la Composición de Pulperías de Ordenanza y de Real Hacienda de esta ciudad de Jujuy. Fol. 13v.
- 15) AHS CG. 1810-1811 Expediente de la Composición de Pulperías de Ordenanza y de Real Hacienda de esta ciudad de Jujuy Fol. 13v.
- 16) *Ibidem* Fol. 16 v.
- 17) AHS Registro Oficial de Salta N° 8 Disposición del 04-08-1832.
“No pudiendo desoir el Gobierno los clamores y quejas que han interpuesto algunos pulperos sobre el perjuicio que se les causa por los que teniendo almacenes de bebidas, a más de vender por mayor, venden también por menor; con el fin de evitar este mal. Ha Acordado y Decreta:

Art.1° Ningún individuo que tenga almacén de caldos podrá vender en lo sucesivo: por menor, sino por barriles, o cargas, bajo la multa de 10\$ por 1° vez al contraventor, por la 2° la del doble, y por la 3° la del triple”.

- 18) Los efectos en venta no debían superar el valor de 500 pesos, en: AHS Registro Oficial de Salta N°2 Libro 2. Disposición del 03-02-1833. Art. 1°.
- 19) AHS CG. 1810-11 Expediente de la Composición de Pulperías de Ordenanza y de Real Hacienda de esta ciudad de Jujuy.
- 20) AHS Registro Oficial de Salta N° 8. Disposición del 13-07-1832.
- 21) AHPJ CG 1850 L 48. El 30 de Marzo de 1850 el maestro herrero, Eulogio Fernandez paga patente de una pulpería.
- 22) AHS CG 1856 Paga por la patente de su tienda el 1 de agosto de 1856 y por su tienda de Jujuy, el 23 de Octubre de 1843. AHPJ CG 143 N°2.
- 23) *“Dícese del comercio por mayor cuando los géneros se venden por cargas, quintales, fanegas, pesos o medidas mayores. Por resolución a consulta de la junta de comercio y moneda del 10-02-1753 se declaró, que las ventas por mayor se entienden en todo género de tejidos las que se hagan por piezas, cabezas, pie o cola; en las cosas que se cuentan, por gruesas, en las de peso, por arrobas; en los sombreros y cueros menores, por docenas, pero en los cueros mayores la venta de uno sólo ha de tenerse por mayor ...”* Diccionario de Legislación y Jurisprudencia. Ob Cit. Pág. 466.
- 24) Como era el caso de Hilario Carol que en 1856 contaba con dos tiendas de primera categoría y participaba del comercio de efectos de ultramar con Cobija y Buenos Aires. AHS, CG de 1825.
- 25) AHS Protocolos Notariales, en adelante PN. Protocolo 375. Carpeta 40 Expediente 27 escribano Niño. Salta 16 – 03 – 1863. Según esta fuente el Comerciante Juan Galo Leguizamón inicia instancias judiciales contra el comerciante Valentín Delgadillo, por la cobranza de 10358\$ ½ real y réditos que éste último le debe, por un préstamo en real plata sellada.
- 26) AHS PN. Protocolo 315 Carpeta 30 Expediente 144 Escribano Pinto. Salta 22 – 11 – 1843 Don Dionicio Jurado vecino de San Pedro de Jujuy otorga poder a Valentín Delgadillo para cobrar a Cipriano Marquiegui, de la Provincia de Jujuy, residente en La Paz, Bolivia, 400\$, por un fiado de mulas cuyo plazo es vencido.
- 27) AHS SH: Periódico El Comercio. 29-08-1857. Año III N°237.
- 28) Como el caso ya citado del maestro herrero Mariano González quien se abocó a sus tiendas de Salta y de Jujuy hacia 1850 y 1840 respectivamente. AHS CG 1856 y AHPJ CG 143 N°2.
- 29) Si bien no se efectuaron hasta el momento estudios específicos sobre las elites de los espacios en cuestión sobre ésta época, podemos hacer tales alusiones, pues ninguno de los pulperos registrados detentan alguna relación con los nombres de poder político de la época, ni con los de grandes comerciantes o hacendados.
- 30) AHS Registro Oficial de Salta. N°2 Libro 2. Disposición del 03-02-1833. Válido para Salta y para Jujuy.
- 31) Por el momento se analizó este asunto sólo para el caso de Jujuy, puesto que en Salta no nos queda del todo claro aún los criterios de cobro de las patentes.

- A pesar de formar parte de la misma jurisdicción durante esta etapa, los montos percibidos en una y otra ciudad son tan diferentes que sospechamos de la existencia de criterios distintos en la percepción del impuesto.
- 32) La fuente indica la lista de contribuyentes y el monto que pagó cada uno por derecho de composición, sobre el 5% del capital invertido por cada pulpería. El cuadro se confeccionó en base al cálculo del total del capital invertido en cada establecimiento.
 - 33) Tello E.: Ob Cit. T I. Registro Oficial del 30-09-1836.
 - 34) AHS PN: Escribano Niño. Carpeta 34. Protocolo 337.Fol. 286.
 - 35) Como era el caso de Dominga Gaviña esposa del pulpero Isidro Granados. AHS Libro de Cargo y Data de 1830. 29-12-1830.
 - 36) Con respecto a este punto, lo que presentamos a continuación constituye sólo una breve referencia elaborada a partir de las primeras aproximaciones respecto al tema y que merecen un estudio más profundo.
 - 37) Casos de algunos pulperos que acostumbraban proveerse de distintos puntos: *Región del Cuyo*: Cabrera Jose Loreto: (bebidas y frutas especialmente) AHS. LH. 94. Fol. 11.
Bolivia: Pomarez Juan Manuel. (coca) AHS. LH. 94. Fol.48.
Provincias del Sur: Estrada Juan (efectos de ultramar) AHS. CG. de 1825.
 - 38) AHS CG. 1829 N°1. Guía de Salta N°3 y LH 13 fol. 243.
 - 39) Tello E.: Ob Cit. T I. Registro Oficial del 30-09-1836.
 - 40) AHS. SH.: Periódico: El Comercio 16-08-1856 Año 2. N° 134.- "...Aviso: *Chocolate, cacao y café de La Paz, se encontrará por mayor y menor en la esquina de Don Delgadillo Valentín (pulpero), a precios equitativos...*".
 - 41) AHS SH. Ibidem. "...*A almacenes y pulperos: Efectos llegados de la acreditada hacienda de Las Casas Blancas departamento de La Rioja: aguardiente de superior calidad desde 25 a 28 grados, anizado de primera, vinos de varias clases. Concurrir a casa de Da. Teresa A. de Pino...*".
 - 42) Archivo Histórico Uriburu, AHU. Cuaderno de cuentas del pulpero Don Sarverri. Quien fío durante el mes de enero: un sombrero a un negro por 3\$ 6reales; un caballo a Pedro Villafañe, y otro a Lorenzo Zárate, por 2\$ en plata c/u. En general las fianzas no estipulaban un tiempo concreto, pero la mayoría se extendía como máximo un año, según lo que consta en esta fuente.
 - 43) AHU. Ibidem.
 - 44) AHS Registro Oficial de Salta N°4 Libro 2. Disposición del 09-03-33.
 - 45) El estudio del desarrollo y difusión de las casas comerciales, debe tener en cuenta el análisis de una serie de variables económicas que den cuenta de tales movimientos, por el momento sólo incluimos en este análisis algunos aspectos sobre la fiscalidad debido a los límites de nuestro estudio, que se encuentra en sus inicios.
 - 46) Impuesto que debía pagarse para obtener una licencia y abrir al público por un cuatrimestre; ello se efectivizó bajo esta modalidad debido al creciente número de establecimientos que se instalaban temporalmente. También cabe acotar que los modos en que se implementaron tales cargas fiscales no queda totalmente clara para el caso de Salta, donde la información no se encuentra

-
- catalogada y ordenada para este período.
- 47) Recuérdese que en 1834 Jujuy declara su autonomía de la Jurisdicción de Salta y por lo tanto comenzó a establecer sus propios montos en los impuestos municipales.
 - 48) El impuesto establecía el pago de una cuota anual de treinta pesos, sin consideración del capital invertido en el negocio y sus fondos eran destinados a la Real Hacienda AHS. CG 1810-11. Tal como lo expresan el *“Expediente de la Composición de Pulperías de Ordenanza y de Real Hacienda de esta ciudad de Jujuy”*.
 - 49) AHS CG. 1810-11 Ibidem. Fol 15.
 - 50) Tello E.: Ob Cit. T. I. Registro Oficial del 30-09-1836.
 - 51) AHS. CG 1825. N°6. 12-01-1825.
 - 52) Tello E.: Ob Cit. T. II. Registro Oficial del 05-Mayo de 1858.
 - 53) La información obtenida a partir de las listas de patentes y composición nos permitieron determinar la cantidad de pulperías que proveían a las ciudades de Salta y de Jujuy durante todo el período analizado. En este sentido resulta pertinente señalar que se escogió un año para cada década y que se tomaron especialmente aquellos cuya información se presentaba de forma más completa, es decir que se privilegiaron aquellos años en que se logró obtener las listas de cada cuatrimestre.
 - 54) Tello E: Ob Cit. T. II, Registro Oficial del 11-04-1852.
 - 55) Ibidem, Registro Oficial del 11-04-52. Art. 5° *“El pulpero que vendiese licores, permitiendo el exceso del que habla el artículo anterior, i ocasionando desorden de inmoralidad en la parte exterior de su tienda, sufrirá la multa de 5 a 8\$, según el desorden que produzca la reunión”*.
 - 56) Ibidem. T. I, Registro Oficial del 03-12-1843.
 - 57) AHS Registro Oficial de Salta N°4 Libro 2. Disposición del 09-03-1833.
 - 58) Tello E: Ob Cit, T. II, Registro Oficial del 11-04-1852.
 - 59) *“...Que es muy impropio y contrario a la civilización i costumbres de un pueblo culto e ejemplo de inmoralidad que se presenta frecuentemente en esta ciudad de hombres borrachos, haciendo correrías a caballo” en: Tello E, Ob Cit, T. I.- Registro Oficial del 03-12-1843.*
 - 60) Tello E: Ob Cit. T. I Registro Oficial del 24-05-1840. *“Art.3 Durante la función religiosa, todas las tiendas i pulperías estarán cerradas...”*.
 - 61) AHS. CG. 1840 - 41. Disposición municipal de San Salvador de Jujuy del 22-12-1841.- *“...Art. 7° Al toque de ánimas se serrara toda pulpería durante los tres días de Carnabal, y pagará doce pesos el que no cumpliere, aplicables a los fondos públicos...”*.
 - 62) Tello E: Ob Cit. T. I, Registro Oficial del 03-12-1843.
 - 63) Tello E: Ob Cit. T. II, Registro Oficial del 10-09-1852.
 - 64) AHS SH: El Comercio. 28-03-1857. Año III, N°196 y del 13-05-1857. Año III, N°207.
 - 65) Como es el caso analizado por Viviana Conti durante la invasión de Facundo Quiroga en 1831, quien consiguió la libre entrada de los productos sanjuaninos y el establecimiento de tiendas de expendio de caldos, con lo que entraron en
-

competencia no sólo con el alto comercio de Salta sino también con los pulperos; pues estaban exentos de los impuestos que debían pagar los comerciantes salteños y podían así, vender a precios más bajos que los de plaza, tanto en forma masiva como al menudeo. La situación se revirtió con el fin de su influencia política en la ciudad.

BIBLIOGRAFÍA

CONTI, V. (1998) Circulación de vinos y aguardiente en la zona surandina (Siglo XIX) en: Ramos Santana Alberto y Rosso Javier Maldonado: El comercio de vinos y aguardientes. Universidad de Cádiz.

GIL MONTERO, R. (1995) La Ciudad de Jujuy y su Campaña Circundante: Algunos aspectos de su población entre fines del S. XVIII y mediados del S XIX. en: Jujuy en La Historia. T. II. San Salvador de Jujuy, Unidad de Investigación en Historia Regional, Universidad Nacional de Jujuy.

GONZALEZ, B.P. (1993) Las pulperías de Buenos Aires: Historia de una expresión de sociabilidad popular. Revista de Historia: Siglo XIX. 2º Epoca, N°13, enero – junio, Instituto Mora.

LUGAR, C. Comerciantes. En: Hoberman L y Socolow S. (Comp): (1992) Ciudades y Sociedad en Latinoamérica Colonial. FCE, Buenos Aires.

MAYO, C.A. (Dir) (2000) Pulperos y Pulperías de Buenos Aires (1740-1830). Biblos, Buenos Aires.

MERCADO C. (1988) Algunas cifras atinentes a la evolución poblacional de la región NOA (Siglo XIX). En: GREDES. Cuaderno N° 6 Salta.

MORILLO, E. y QUIROGA, T. (1999) Elites y Comerciantes de Salta. (1825-1850). Ponencia presentada en Mesas Generales de las VII Jornadas Interescuelas de la Universidad del Comahue Septiembre.

YUSTE, C. (1998) Casas y Compañías de comercio en la ciudad de México, siglo XVIII. Fuentes para su estudio. En: Boletín de Fuentes. América Latina en la Historia Económica. Casas Comerciales. Instituto Mora, N°9, Enero - Junio.

ESCRICHE, J. (1912) Diccionario Razonado de Legislación y Jurisprudencia. México.