



UNIVERSIDAD DE CHILE
FACULTAD DE FILOSOFIA Y HUMANIDADES
ESCUELA DE POSTGRADO

IMAGINARIOS MODERNOS: COMERCIO POPULAR EN ESPACIOS PÚBLICOS
Santiago de Chile, 1902-1914

Tesis para optar al grado de Magíster en Estudios Latinoamericanos

Autora: Anicia Muñoz Arias
Profesora Guía: Alejandra Araya Espinoza

Santiago, enero 2013

ÍNDICE

Página

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I. IMAGINARIOS DE LA MODERNIDAD Y ESPACIO PÚBLICO: LA PRENSA MODERNA Y LAS IMÁGENES DEL COMERCIO POPULAR.....	5
1.0 Sobre el comercio popular: Ni informales, ni marginales, ni callejeros.....	7
2.0 La prensa moderna: imaginarios de la modernidad y el progreso	14
3.0 El espacio de los comerciantes en la ciudad: una definición del comercio popular desde la noción de espacio público.....	20
CAPITULO II. MODERNIZACIÓN E INFRAESTRUCTURA PARA EL ABASTECIMIENTO DE UNA NUEVA URBE.....	26
1.0 Santiago: de ciudad a una “urbe” del imaginario de la modernidad.....	27
2.0 Hacia la mejora de la infraestructura de abastecimiento.....	30
2.1 La Lechería Modelo.....	32
2.2 De Matadero Público a Matadero Modelo.....	33
2.3 De la Plaza a los Galpones de la Vega.....	50
2.4 Las mejoras en el Mercado Central.....	61
CAPITULO III. COMERCIO POPULAR DESDE LA MIRADA DE LA PRENSA: SU “NO” LUGAR EN EL ESPACIO MODERNO.....	65
1.0 Historia del comercio popular: la batalla eterna.....	68
2.0 El comercio popular en la ciudad moderna de principios del siglo XX.....	68
2.1 El Desorden.....	74
2.2 La Higiene.....	79

2.3 Olores.....	92
CONCLUSIONES...	97
BIBLIOGRAFÍA	100

AGRADECIMIENTOS

Tengo que partir agradeciendo a todas esas personas que en este largo proceso me han apoyado, me han acompañado y me han ayudado a concluir este complejo y prolongado ciclo, a mi familia, amigos, profesores.

A mi familia, mi madre por su ayuda incondicional, su apoyo, en todos los sentidos, a pesar de mis flaquezas. A mi niña, Matilde, por todo el tiempo robado, los paseos y cuentos que quedaron pendientes, ahora viene el momento de recuperar el tiempo perdido.

A mis amigos, todos aquellos que me animaron a seguir, que me dieron sus palabras de apoyo, que me escucharon parlotear sin parar y tuvieron la paciencia de escucharme, los que esperaron pacientes a que terminara, para poder reunirse conmigo. A Natalia por acompañarme y por estar ahí a pesar de todo siempre.

Y no tengo palabras para agradecer a mi profesora guía Alejandra Araya, quien me apoyó incondicionalmente, sus sugerencias, sus consejos, su ayuda y su paciencia, de verdad muchas gracias.

INTRODUCCIÓN

Puede juzgarse del adelantamiento y de la cultura de una ciudad por la manera como se ejercita en ella el comercio al por menor.¹

La serie de procesos que se desarrollan en América Latina hacia fines del siglo XIX y principios del XX influyen de manera determinante en la metamorfosis de las sociedades latinoamericanas. El significativo crecimiento demográfico y el extraordinario aumento del radio urbano, impactan en una ciudad latinoamericana que no se encuentra en condiciones de hacerse cargo de ellos. En este contexto un amplio espectro de actores sociales empiezan a habitar esta incipiente urbe que comienza a configurarse en una compleja tensión entre las aspiraciones de sus gobernantes y las necesidades de sus habitantes. En la segunda línea se encuentra la necesidad de abastecer de lo preciso para vivir a una población en constante crecimiento y la necesidad de ocuparse laboralmente de una población que muchas veces dejó su lugar de origen en la búsqueda de una actividad económica estable que le permitiese subsistir.

En esta tensión se sitúa la presente investigación que tiene por objetivo analizar la elaboración de una “imagen” entorno al comercio popular desarrollado en los espacios públicos en la América Latina de principios del siglo XX. Para el análisis de esta “imagen” se tiene presente el actuar de la naciente prensa industrial que irrumpe en el escenario sociocultural de la época y que apunta a un público masivo.

La hipótesis que orienta este trabajo señala que es a través de la prensa – en sus discursos escritos y visuales- que se conforma un discurso negativo sobre el comercio popular en el espacio público. Este discurso estaría guiado por los intereses de una clase dominante que no considera apropiado el desarrollo de la actividad comercial en condiciones que se contraponen al ideal de ciudad o sociedad moderna que quiere proyectar. Los malos olores, el desorden que genera, la falta de higiene, son elementos que se alejan del ideal “civilizador”. De esta forma, la prensa elabora una forma de mirar esta

¹“El comercio por menos” , *El Diario Ilustrado*, N° 1944, 2 de septiembre de 1907

actividad y a los sujetos que la practican, a través de discursos e imágenes, que dan cuenta de un “no” lugar dentro de su imaginario.

El alarde que genera el crecimiento económico producido con la incorporación de América Latina al circuito mundial embriaga a las elites de un anhelo de modernización de las antiguas ciudades coloniales. La invasión del mundo popular en esta ciudad en franco crecimiento con aspiraciones de moderna, no está dentro de los planes de la clase dominante de la época. Sin embargo, los sectores populares insisten en ocupar, resignificar y hacer propios los espacios públicos del radio urbano.

Ahora bien, pese a la tensión que se genera entre el discurso moderno “civilizador” y la realidad “bárbara” el comercio popular se mantiene presente –incluso en la actualidad– como “un mal necesario”, lo que incita a reflexionar frente a este palpable hecho: ¿Cuáles son las razones que permiten la mantención y desarrollo de este tipo de comercio? ¿Cuáles son los confusos argumentos que avalan la subsistencia de la actividad comercial en estas condiciones? ¿Por qué simplemente no se prohíbe el ejercicio comercial que no cumpla con los cánones del ideal modernizador?

Todas estas interrogantes invitan a situarse frente a las problemáticas de la época y tratar de entender las dinámicas y lógicas que permitieron su funcionamiento, comprendiendo que existía una serie de respuestas y soluciones que no podía entregar la clase dominante frente a cuestiones cotidianas. Si se elimina del mapa urbano al comercio popular ¿Cómo abastecer una ciudad en franco crecimiento que aún no elabora estrategias de servicios y de producción que abarquen todo el radio urbano? ¿Qué solución laboral se le puede ofrecer a todo el contingente de comerciantes populares que viven de esa actividad, en el contexto de crisis social de principios del siglo XX? O bien ¿Cómo efectivamente se elimina del mapa urbano a un grupo social que insiste en ser parte de él, que ocupa espacios públicos y privados de acuerdo con sus necesidades y a sus prácticas culturales y que no se hace eco del ideal moderno “civilizado”?

Frente a estas problemáticas es que se plantea que la elite se vio en la disyuntiva de elaborar estrategias que apuntaran a transformar la forma en la que se desarrollaba la actividad comercial, más que hacerla desaparecer, comprendiendo la importancia que adquiere en el abastecimiento de las ciudades. Estas estrategias no podían agotarse en la reglamentación dentro del marco de lo legal, porque esta tropezaba por una parte con la iniciativa e individualidad popular, que simplemente no acataba la reglamentación porque no se sentía concernido por ella, y por otra con los escasos medios de fiscalización de las autoridades que tampoco permitía asegurar el cumplimiento de la ley.

De esta forma, esta investigación busca desentrañar estos discursos negativos que se elaboran desde la prensa entorno al comercio popular, buscando visualizar las tensiones entre este discurso modernizador y los ruidos o malestares que ocasiona el desarrollo de este comercio, en contraposición directa con el ideal de progreso. En ella se ponen en juego una serie de estrategias que debían apuntar a la elaboración de una forma “correcta” de desarrollar la actividad comercial en el espacio público, y que ella se instalara en el imaginario colectivo.

La prensa periódica con la cual se trabajó fueron las revistas *Sucesos*, *Zig-Zag* y el *Diario Ilustrado*, todos medios de comunicación pioneros en el uso de la imagen fotográfica y que surgieron durante el primer decenio del siglo XX. La investigación se enmarca temporalmente entre dos hitos, el año 1902, en el que salen a la luz *El Diario Ilustrado* y la revista *Sucesos*, y 1914, año en que se inaugura el nuevo Matadero Público de Santiago. En este periodo la mayoría de las ciudades latinoamericanas están experimentando un explosivo crecimiento demográfico y urbano y por lo mismo parece el momento preciso para estudiar el fenómeno propuesto en esta investigación.

En términos espaciales el trabajo se centró en la ciudad de Santiago, pero comprendiendo siempre que esta ciudad se enmarca en un contexto latinoamericano por lo que muchos de los procesos que se viven en el ámbito nacional se replican en otras ciudades de América Latina, lo que se buscará reflejar a través del material bibliográfico.

Este trabajo se compone de tres capítulos. El primero se desarrollan los conceptos claves para articular la investigación como los de comercio popular y espacio público y las perspectivas teórico metodológicas que permiten plantear un conjunto de temas y problemas que han sido abordados fundamentalmente desde una perspectiva económica y que aquí se piensan en términos culturales.

En el segundo capítulo se analizan los espacios de la ciudad en los cuales se ofrecen los servicios alimenticios y de vestuario –fundamentalmente- en el periodo señalado, en relación con el discurso modernizador que pone en entredicho la idoneidad de los mismos para ser centros de almacenamiento y redistribución. El objeto de estudio es el discurso de la prensa que busca representar estos espacios en diálogo con las obras de mejora a la infraestructura urbana que se están desarrollando a nivel general, y que debieran abarcar a estos espacios, los cuales por ende también debieran dar cuenta de los cánones del progreso entendido como “ciudad civilizada”.

Un tercer capítulo busca abordar la imagen del sujeto “comerciante popular”, desentrañando los elementos que configuran a este actor en un sujeto popular y que lo contraponen directamente con la imagen de ciudad moderna y limpia que la elite aspira proyectar por medio de la prensa. En este sentido, nos preguntamos respecto a cómo el desarrollo de esta actividad comercial da cuenta de una tensión entre las prácticas de los sujetos y el imaginario moderno que ataca como impropio al desorden, la falta de higiene y los olores generados por esta actividad.

CAPITULO I. IMAGINARIOS DE LA MODERNIDAD Y ESPACIO PÚBLICO: LA PRENSA MODERNA Y LAS IMÁGENES DEL COMERCIO POPULAR

Como lo plantean diversos autores, hacia fines del siglo XIX y comienzos el XX se produce la inserción de las economías latinoamericanas en la economía mundial, éstas habrían tenido un rol relacionado, principalmente, con la producción y exportación de materias primas, esencialmente agrícolas y mineras, lo que habría generado un proceso de crecimiento económico interno en esas áreas, favoreciendo, a su vez, el desarrollo económico de las ciudades donde se desarrollaban².

En este contexto, las oligarquías se habrían visto reforzadas y favorecidas en su totalidad, lo que habría generado su homogenización como clase. Por otra parte, a las clases populares solo les cabía el rol de ser las clases subalternas, los brazos, desde el punto de vista económico y sin participación activa desde el punto de vista político³.

Carmagnani hace hincapié en que este crecimiento económico se habría producido sobre la base de la sobreexplotación de los sectores populares y no por una mejora en la utilización de los recursos productivos de este modo, las condiciones de vida y trabajo de estos sectores, principalmente los dedicados a la minería y agricultura, fueron empeorando, conforme terminaba el siglo XIX y comenzaba el XX provocando el éxodo hacia los centros urbanos⁴.

Todos estos factores habrían estimulado la concentración, en diversas ciudades, de una crecida y variada población, creando en ellas nuevas fuentes de trabajo y nuevas formas de vida⁵. Carmagnani habla del surgimiento de una demanda de trabajo de tipo

²Marcello Carmagnani, *Estado y sociedad en América Latina, 1850-1930*, Barcelona, Editorial Crítica, 1984. José Luis Romero, *Latinoamérica: las ciudades y las ideas*, Buenos Aires, Siglo veintiuno editores, 1976. Rosemary Thorp, *Progreso, pobreza y exclusión. Una historia económica de América Latina en el siglo XX*, Washington, D.C., Banco Interamericano de Desarrollo, 1998.

³Carmagnani, *op. cit.* pág. 98- 99.

⁴Carmagnani plantea que las oligarquías latinoamericanas pretendían europeizar sus propios países, pero no deseaban alterar los antiguos mecanismo de base, querían mantener el sistema, tal como estaba instalado, esto, a su juicio es un proyecto antinatural y ahistórico. Carmagnani, *op. cit.* pág. 100- 104.

⁵Romero, *op. cit.* pág. 247

urbano⁶. De forma que casi todas las capitales latinoamericanas habrían duplicado o triplicado su población en los cincuenta años posteriores a 1880, multiplicando sus actividades también⁷.

En este contexto de crecimiento económico y demográfico, la fisonomía de las ciudades también se habría modificado. De esta forma, se producía un complejo proceso en el que al mismo tiempo se desarrollaba el crecimiento y diversificación de la población, se multiplicaban las actividades, se modificaba el paisaje urbano y se alteraban las tradicionales costumbres y las maneras de pensar de los distintos grupos de las sociedades urbanas. Embriagadas por el vértigo de lo que se llamaba el progreso, las ciudades cambiaron, y en particular las grandes ciudades. Romero explica que fueron las capitales las que aprovecharon las riquezas de todo el país a través de los impuestos y del gasto público, además de lo que significaba ser el mercado interno más importante⁸.

El crecimiento del comercio popular fue de la mano con el crecimiento de las ciudades, como un síntoma y una consecuencia de su desarrollo, instalándose en sus centros, plazas, calles, generado con ello el malestar de la oligarquía, que veían con preocupación cómo este comercio se apoderaba de los espacios públicos, los mismos que se buscaba reconfigurar al son del progreso, amenazando su proyecto de modernidad.

Cabe destacar el matiz que adquiere el concepto de “moderno”, los elementos que lo componen y cómo incide en la configuración de una sociedad que aspira a ser reflejo de ello. En este sentido adquiere relevancia la puntualización que hace Habermas sobre el término “moderno” en la medida que da cuenta de la conciencia de una época que se mira a sí misma en relación con el pasado, considerándose resultado de una transición desde lo viejo hacia lo nuevo⁹. Hay que destacar que, en el contexto latinoamericano, éste se

⁶ Carmagnani, *op. cit.* pág. 130.

⁷ Buenos Aires aumenta de 178.000 habitantes en 1869 a 678.000 en 1895, Sao paulo (la ciudad más poblada de Brasil) pasa de 40.000 habitantes en 1880 a 800.000 en 1920, Ciudad de México aumento su población de 230.000 habitantes en 1877 a 471.000 en 1910, Santiago paso de 130.000 en 1875 a 507.000 en 1920, por nombrar algunos ejemplos Carmagnani, *op. cit.* pág. 131-133.

⁸ Romero, *op. cit.* 247- 252.

⁹ Jürgen Habermas, “Modernidad un proyecto incompleto” en Nicolás Casullo, *El debate modernidad-posmodernidad*, Buenos Aires, El ciclo por asalto, 1995. pág. 131.

relaciona con un proyecto que busca situarse en la vereda de lo “civilizado” en contraposición con lo “bárbaro”, entendiendo lo “civilizado” como el anhelo y deseo de proyectar una imagen que se acerque lo más posible a “lo europeo”, un imaginario donde la naturaleza ha sido domada por el hombre y la “barbarie” como el espacio en el que la naturaleza indómita domina¹⁰. Un buen ejemplo de ello es la reestructuración de la ciudad de Santiago, propuesta por Benjamín Vicuña Mackenna, al separar la ciudad civilizada, de la ciudad bárbara. La ciudad civilizada era entendida como el espacio planificado, ordenado, configurado en torno a un proyecto de urbanización y en este sentido “dominado” por la planificación desde el Estado, a diferencia de la ciudad “bárbara” que es el espacio que queda fuera de este orden y crece de forma no planificada, como la “naturaleza” de sus habitantes lo cree conveniente. Lo bárbaro es comprendido como lo que no ha logrado ser dominado, lo que escapa al control y que se relaciona con esta noción de naturaleza salvaje¹¹.

1.0 Sobre el comercio popular: Ni informales, ni marginales, ni callejeros

Al hablar de comercio popular se hace necesario e imprescindible delimitar el concepto. Sin embargo, cabe mencionar la importancia de comprenderlo dentro de su propio contexto, entendiendo que los procesos económicos y sociales de principios de siglo XX no son, evidentemente, los mismos que se desarrollan a fines del mismo siglo ni a comienzos del siglo XXI, en el que han irrumpido una serie de procesos nuevos, donde la tecnologización de las comunicaciones, el desarrollo de la globalización y la adopción del neoliberalismo como sistema económico imperante, son solo algunos ejemplos.

¹⁰ Domingo Faustino Sarmiento, *Facundo: civilización y Barbarie*, Madrid, Editorial Cátedra, 1999. Para una propuesta de análisis revisar Rebecca Errázuriz Cruz, *El viaje latinoamericano y el deseo de modernidad: Una lectura de los viajes de Domingo Faustino Sarmiento (1845-1847)*, Tesis para optar al grado de Magister en Estudios Latinoamericanos, Universidad de Chile, 2009.

¹¹ Benjamín Vicuña Mackenna, *La Transformación de Santiago*, Santiago, Imprenta de la librería del Mercurio, de Orestes L. Tornero, 1872. Vicuña Mackenna redacta este documento en su calidad de Intendente de Santiago. Para una propuesta de análisis ver Leslie Erhard Wehner Venegas, *Benjamín Vicuña Mackenna: Génesis de la transformación de Santiago*, Tesis para optar al grado de Licenciado en Historia, Santiago, Pontificia Universidad católica de Chile, 2000.

De todas formas, se hace indispensable analizar esas discusiones para enmarcar el concepto, comprendiendo las limitaciones que ellas tienen para dar cuenta de un fenómeno ubicado en una temporalidad distinta y por ende en un contexto histórico –económico, social y cultural- diferente, pero que permiten acercarnos al tema y de alguna manera dar forma a un concepto que sólo puede entenderse dentro de sus propias dinámicas y lógicas.

Desde una mirada contemporánea se ha hablado de economía informal para enmarcar una serie de actividades dentro de las que se encuentra el comercio callejero y al menudeo. Claro que para que sea posible hablar de una economía que se encuentra fuera de la formalidad es imprescindible que exista un marco formal, piedra de tope con la que chocamos inmediatamente al analizar nuestras actividades comerciales populares en el periodo 1902-1914.

Alejandro Portes realiza un recorrido bibliográfico a través de la historia de la noción de economía informal y las diversas propuestas que se han elaborado para comprenderla, propone considerar esencialmente tres corrientes. La primera seguiría los postulados de la OIT (Organización Internacional del Trabajo) y los estudios de PREALC (Programa de Recuperación de Empleo en América Latina y el Caribe), la segunda habría sido popularizada a finales de los años ochenta por Hernando de Soto, y una tercera perspectiva “estructuralista” habría sido presentada por varios economistas y sociólogos.

La OIT explicaría la noción asociando la informalidad con pobreza, de este modo, se le habría denominado sistemáticamente ‘subempleo’ y se supuso que quienes ingresaban en él no lograban ingresar a la economía moderna. Se consideró que la economía informal era una ‘modalidad urbana’ caracterizada por: 1) la exigüidad de los obstáculos al ingreso, en lo que se refiere a las aptitudes, el capital y la organización; 2) la propiedad familiar de las empresas; 3) lo reducido de la escala de operaciones; 4) el empleo de métodos de producción de gran densidad de mano de obra y de tecnologías anticuadas; y 5) la existencia de mercados no regulados y competitivos. Otras características serían los bajos

niveles de productividad y la poca capacidad de acumulación.¹² Sin embargo, esta propuesta no considera la posibilidad de que los sujetos simplemente no deseen ingresar al mercado formal, a la economía moderna, no contempla la posibilidad de entender la “informalidad” como una opción.

Esta caracterización negativa de la economía informal, como segmento excluido de las economías menos desarrolladas, y que fue consagrada en muchos estudios sobre pobreza urbana y mercados de trabajo, fue cuestionada por otros estudiosos que lo consideran un signo de dinamismo empresario popular. Ejemplo de ello es Hart quien ve en este tipo de comercio “una instancia en que la gente retoma en sus propias manos parte del poder económico que trataron de negarle los agentes centralizados”¹³.

Hernando De Soto reformula la propuesta de Hart y le da un nuevo impulso.¹⁴ De Soto, si bien asocia la economía informal al comercio callejero en la medida que lo relaciona con el comercio ambulatorio¹⁵, la define como la respuesta popular a la rigidez de los estados ‘mercantilistas’ predominantes en Perú y otros países de América Latina que sobreviven otorgando el privilegio de participar legalmente en la economía a una pequeña elite. Aquí, las empresas informales representarían la irrupción de fuerzas reales del mercado en una economía aprisionada por las regulaciones del Estado. De esta forma, la economía informal no sería un sector definido con precisión, sino que abarcaría todas las actividades económicas extralegales (producción mercantil, comercio y producción de subsistencia directa) y sus orígenes se encontrarían no en las dinámicas del mercado laboral sino que en la excesiva regulación estatal. La informalidad sería la respuesta popular que derribaría con éxito la barrera legal. La economía informal, más que un mecanismo de subsistencia en respuesta a la insuficiente creación de empleos modernos, representaría la irrupción de las fuerzas reales del mercado en una economía sostenida por la regulación mercantilista.

¹² Alejandro Portes, *En torno a la informalidad: ensayos sobre teoría y medición de la economía regulada*, Miguel Ángel Porrúa, México, 1994. Pág. 120.

¹³ Citado de Alejandro Portes, William Haller, *La economía informal*, Santiago, Serie Políticas Sociales, CEPAL, 2004. Pág. 10.

¹⁴ Hernando de Soto, *El otro sendero*, Argentina, editorial Sudamericana, 1992

¹⁵ Cuando De Soto alude al concepto de comercio ambulatorio se refiere a “dos actividades definidas: la del comerciante que deambula por la ciudad ofreciendo productos o servicios sin un lugar fijo donde establecerse, y la del comerciante que expende mercadería o presta servicios desde un puesto fijo en la vía pública”. Hernando de Soto, *op. cit.* pág. 67

Así, entender la economía informal, como todas las actividades económicas extralegales que irrumpen en un mercado sostenido por una excesiva regulación mercantilista, nos coloca en la otra cara de la moneda, ubica a los sujetos que ejercen estas actividades en el plano de la elección y deja fuera a los sujetos para los cuales no es una opción, sino que una obligación, en la medida que no poseen herramientas para ingresar a la economía formal y se ven forzados a ser parte de este espacio de informalidad. Por otra parte, la propuesta de que estas fuerzas irrumpen en un mercado excesivamente regulado, es inaplicable al periodo de estudio en el que nos insertamos en esta investigación, ya que recién se están definiendo estos parámetros de regulación, de hecho el comercio popular, en muchos momentos, ni siquiera estuvo fuera de la ley. Es cierto que hay un celo regulador, pero que no es consistente con la realidad, de modo que la mayoría de las veces se vuelve inaplicable. En este sentido, nuestros sujetos de estudio no elaboran una estrategia frente a un espacio regulado, sino que se insertan en una serie de resquicios que quedan fuera de las regulaciones o simplemente no consideran las regulaciones, porque no las conocen o no les interesa regirse por ellas.

Finalmente, la perspectiva estructuralista compartiría elementos de las dos anteriores, ya que considera los orígenes de la economía informal estrechamente ligada al exceso de oferta de mano de obra, pero la define principalmente por su relación con la ejecución del Estado. Sin embargo, contrario a la propuesta de OIT/PREALC, el sector informal no está desde esta perspectiva definido en términos dualistas como un conjunto de actividades marginales excluidas de la economía moderna, sino como parte integral de esta última.¹⁶ Así, ésta sería parte de la operación normal del capitalismo. En este sentido, el sector informal es definido como todas las actividades generadoras de ingreso que no están reguladas por el Estado en un medio ambiente social donde actividades similares si están reguladas. No obstante, éstas dinámicas no surgirían solamente desde abajo, como parte de una rebelión populista, como plantea De Soto, sino que también podrían ser entendidas como elemento integral de la estrategia de acumulación de las empresas modernas.

¹⁶Alejandro Portes, *op. cit.* pág. 123.

Ahora, es necesario considerar el rol que juega el Estado en esta definición de economía informal, ya que sería precisamente su intervención en la vida económica la que crearía un espacio ‘formal’ de transacciones predecibles y ejecutables, en el que podría florecer el capitalismo moderno. Lomnitz explica que ‘el orden crea el desorden. La economía formal crea su propia informalidad’. La paradoja del control del Estado es que los esfuerzos oficiales por desterrar las actividades no reguladas mediante la proliferación de reglas y controles, muchas veces refuerzan las propias condiciones que generan esas actividades.¹⁷ En este sentido, la economía informal no podría existir si no existiera un universo de actividades formales y controladas.

De esta forma, para el caso del comercio popular a principios del siglo XX no podemos hablar de economía informal porque ésta se definiría en función de actividades que sí tendrían la calidad de formales, o sea reguladas por el Estado, sin embargo, para nuestro caso de estudio, entorno a las ventas callejeras aún no se elabora ese marco de regulación. En muchos casos no están permitidas, pero en muchos otros si se les concede el permiso, se entienden como necesarias, e incluso se fomentan. Muy alejado de la existencia de un mercado formal, que pueda dar origen a un mercado informal, en el contexto de esta investigación, estamos asistiendo al surgimiento, a la configuración, de un sistema de abasto, en el que es difusa esta línea entre la legalidad y la ilegalidad. Las ventas populares, si bien muchas veces surgen al margen de la legalidad, se enfrentan a las autoridades, que en el desconcierto por su desarrollo buscan darles marcos legales, e insertarlas dentro de la legalidad, cobrándoles impuestos, destinándoles espacios dentro de la ciudad, reglamentando su ejercicio, e incluso es posible ver un esfuerzo por incluirlas dentro del proyecto modernizador, en la medida que cumplieren ciertos requisitos asociados con el orden y la higiene, por lo tanto es difícil insertarlas dentro del marco de lo informal.

Por su parte, Larissa Lomnitz sitúa el tema en el problema de la marginalidad. Plantea que la marginalidad se definiría estructuralmente por la ausencia de un rol económico articulado con el sistema de producción industrial, a diferencia de la pobreza

¹⁷ Portes y Haller, *op. cit.* pág. 22.

que implicaría más bien una situación de escasos ingresos¹⁸. Sin embargo, ambas se relacionan con una condición de inseguridad crónica de empleo y de ingresos, a la que estarían expuestos amplios sectores de la sociedad, entre los cuales se encontrarían los trabajadores del comercio callejero.

De esta forma, expone que “un estado puede acabar con la miseria a través de un subsidio mínimo a todos los ciudadanos, puede incluso acabar con la cesantía mediante la institucionalización del subempleo, pero tales medidas no eliminan la marginalidad ya que subsisten importantes sectores que la economía no ha sido capaz de integrar funcionalmente a su esquema de producción. Estos sectores tienden a encontrarse al margen de los procesos económicos y políticos oficiales”. Así, en los países subdesarrollados la marginalidad revestiría formas más agudas, ya que generalmente no habría logrado implementar sistemas de seguridad social efectivos para toda la población, ni instituir modelos de ocupación plena de tipo estatal.

Comprender el comercio popular, en el marco de lo marginal supone definirlo “por su desvinculación con el sistema de producción económico urbano-industrial”¹⁹, sin embargo, no es posible asegurar que este tipo de comercio esté fuera del sistema de producción, al contrario, muchas veces este tipo de comercio es “el” sistema que permite abastecer la ciudad, como fue planteado antes, estamos frente a una ciudad que ha crecido demográficamente con mucha rapidez, de forma no planificada, en la que no se han proyectado los espacios habitacionales, ni el despliegue de servicios básicos, ni policías que resguarden el orden, ni mucho menos un sistema de abastecimiento que permita la circulación de productos hacia los sectores que van quedando alejados de los centros urbanos, en este contexto, los vendedores ambulantes que recorren las calles y los puestos improvisados en una esquina o en la puerta de un rancho son una solución frente a la necesidad de adquirir los productos para satisfacer sus necesidades.

¹⁸ Considerar la propuesta del desarrollo de una “cultura de la pobreza”. Oscar Lewis, *Los Hijos de Sánchez: autobiografía de una familia mexicana*, México, Joaquín Mortiz, 1971.

¹⁹ Larissa Adler de Lomnitz, *Cómo sobreviven los marginados*, México, Siglo XXI Editores, 1978. Pág. 20.

Mario Barbosa, en su trabajo sobre el trabajo en las calles para el caso del México tampoco comparte el uso de la categoría ‘informal’ porque considera que reproduce en gran medida una visión de la ciudad en la que se equiparan urbanización e industrialización y se reduce a la población que vive de la venta en las calles a la periferia del sistema socioeconómico.²⁰ Busca alejarse de las categorías que suelen utilizarse para caracterizar a los pobres urbanos, tales como autónomos, no integrados, o fuera de la estructura o sistema económico²¹, e insiste en que el empleo de estos términos aparentemente explicativos ha impedido el análisis de una gran gama de grises en las vidas y prácticas sociales, políticas y culturales de estas mayorías. Desde aquí el autor va a referirse constantemente al concepto de trabajo en las calles y no al de informalidad.²² Sin embargo, a diferencia de Barbosa, nuestro comercio popular no solo se desarrolló en las calles, sino que también en centros de almacenamiento, redistribución y mercados, y las observaciones con respecto a ellos tuvieron el mismo tinte peyorativo y crítico. De esta forma, más que hablar de ventas en las calles, para esta investigación se propone el concepto de espacio público, para entender el ‘lugar’ en el que se ubicaron los comerciantes, el espacio físico y social que habitaron.

Siguiendo la estrategia de Barbosa, es que tampoco se ha querido enmarcar la presente investigación en ninguno de estos términos preconcebidos y en consonancia con la idea de comprender el concepto dentro de su contexto es que para el caso de esta investigación, cuando se habla de comercio popular, se propone la posibilidad de enmarcar una amplia gama de actividades relacionadas con el intercambio de productos, en espacios físicos determinados, y que poseen ciertas características en común.

No parece justo reducir la actividad comercial a la noción de “ventas” que se producen entre un vendedor y un comprador, mucho más allá, creo importante comprender el concepto en alusión a un circuito más amplio, que logra abarcar un entramado diverso de actividades y que da cuenta de un verdadero sistema de abastecimiento, que muchas veces

²⁰ Mario Barbosa, *El trabajo en las calles: subsistencia y negociación política en la ciudad de México a comienzos del siglo XX*, México, El Colegio de México, Centro de Estudios Históricos: Universidad Autónoma Metropolitana, 2008. pág. 24.

²¹ *Ibíd.* Pág. 14.

²² *Ibíd.* Pág. 15.

comienza en el lugar de elaboración o extracción de productos²³, su paso por centros de redistribución, y luego vendedores al menudeo, para posteriormente llegar al público común y corriente. Sin embargo, sí es posible entender las “ventas” como una actividad implícita en este circuito comercial de abastecimiento.

De este modo, lo esencial para comprender la noción de “comercio popular”, es entender las características comunes que poseen en relación con su contraposición con un ideal moderno. Stuart Hall plantea que lo esencial para entender la noción de cultura popular son las relaciones que la definen en tensión continua con la cultura dominante. Así, este concepto estaría polarizado alrededor de una dialéctica cultural articulada por relaciones que de modo constante estructuran el campo de la cultura en formaciones dominantes y subordinadas, en un proceso por medio del cual algunas cosas se prefieren activamente con el fin de poder destronar otras.²⁴ En este sentido, lo que definiría al comercio popular, sería su conflictiva relación con la clase dominante.

2.0 La prensa moderna: imaginarios de la modernidad y el progreso

Las revistas *Zig-Zag*, *Sucesos* y *El Diario Ilustrado*, fueron tres medios de prensa que inauguraron una nueva etapa en el periodismo industrial nacional, basada en el uso y explotación de la imagen como parte importante de la noticia. Las tres fueron creadas con relativamente poca diferencia, la revista *Sucesos* y *El Diario Ilustrado* en el año 1902 y la revista *Zig-Zag* que es fundada un par de años después, en 1905.

Este corpus documental puede enmarcarse en lo que se denominó el surgimiento de una industria cultural moderna en Chile, que se inicia con la aparición a comienzos del siglo XX de revistas periódicas destinadas a satisfacer la demanda de públicos diversos. Entre estas se encontraría el surgimiento del magazine (género al que corresponden las

²³ En el caso de la carne y la leche esto es claro. El matadero, lugar donde se “benefician” los animales, se convierte en un verdadero mercado de productos derivados de la matanza de animales. En el caso de la leche, los lecheros acuden a las lecherías, lugar de elaboración del producto, en búsqueda de ella.

²⁴ Stuart Hall, “Notas sobre la deconstrucción de los popular”. En Rafael Samuel, *Historia popular y teoría socialista*, Barcelona, Editorial Crítica, 1994. pág. 103-104.

revistas *Zig-Zag* y *Sucesos*) el cual puede ser definido como un periódico ilustrado, estructurado sobre la base de numerosas secciones y generalmente de muchas páginas y de aparición semanal o mensual. Se trataría de un género capaz de albergar en su interior en forma entremezclada crónicas, entrevistas, reportajes de actualidad, ilustraciones, avisos publicitarios, cuentos y novelas por entrega, notas de vida social, caricaturas, poemas, etc. En ese sentido, un género extraordinariamente maleable en cuanto a sus formatos y contenidos.

Una de las más importantes tareas que el magazine jugaría al interior de los procesos de modernización dice relación con la divulgación y vulgarización del conocimiento. Sin embargo, esta función, para ser efectiva, requeriría del desarrollo de un procedimiento que fuera capaz de colocar conocimientos complejos y especializados en palabras simples que cualquiera pueda entender, pero que en manos de la elite, ilustrada y culta, habría adquirido rápidamente un sentido puramente peyorativo para designar aquello dirigido hacia un público masivo y básicamente ignorante.²⁵

Ya sea en forma de ilustración o registro fotográfico, la imagen ocupó buena parte del espacio de las revistas. Pero, no se trataba solamente de un elemento decorativo que tuviera por función ilustrar el texto escrito, sino que por el contrario en dichas revistas adquirió generalmente la suficiente autonomía para hablar por su cuenta. De hecho, en muchas ocasiones la imagen de un acontecimiento o situación solamente tenía una lectura de foto, con lo cual el texto verbal era el que pasaba a jugar un papel colaborador y claramente subordinado al texto visual. Este factor determina la elección de estas fuentes para el análisis, en la medida que aportan una doble forma de entregar un texto en tanto literal y visual.²⁶

En la revista *Sucesos* hacia 1909 se lee:

²⁵ Eduardo Santa Cruz Achurra, "Modernización y cultura de masas en el Chile de principios del siglo veinte: El origen del género magazine" en *Comunicación y Medios*, Santiago, N° 13, 2002, págs. 169-184. en línea: URL <http://www.comunicacionymedios.uchile.cl/index.php/RCM/article/viewArticle/12990/13272>

²⁶ Santa Cruz, *ibid.* pág. 172-173

“... las escenas que se presencian son las más curiosas. Nuestras fotografías son suficientemente explicativas para ahorrarnos palabras...”²⁷

Todos estos elementos incitan a analizar el papel jugado por las revistas magazinescas, en tanto actores socio-culturales, en las dos primeras décadas del siglo veinte en Chile y ello dice relación con la reestructuración del imaginario social de la vida cotidiana.

En esa dirección, Carlos Ossandon afirma que dichas publicaciones “contribuyeron de manera importante a una ampliación y expansión de la cotidianidad, al menos de los que habitaban las ciudades más importantes del país. Los límites de la experiencia de vida cotidiana se expandieron con la incorporación de temas, lugares, personajes y situaciones que, además y como dijimos, eran muchas veces presentadas visualmente. De igual forma, las categorías de tiempo y espacio comenzaron a adquirir connotaciones muy diversas y más propias de lo que se ha llamado la experiencia de la modernidad”²⁸.

Sin embargo, lo que más interesa recalcar es que en dicho proceso lo que se estaba naturalizando por la vía de su incorporación a la vida cotidiana era fundamentalmente la dimensión universalista de la modernización, es decir en palabras de Ortiz, la modernidad entendida como matriz civilizatoria o, también, la adecuación de la cotidianidad al carácter de la época.²⁹

Este planteamiento es clave para sustentar la hipótesis de la investigación, ya que permite sostener la idea de la elaboración de un discurso de la forma “correcta” e “incorrecta” de desarrollar el comercio, que se busca sea integrado por los sectores populares y que de esta forma se “naturalice” el discurso moderno a través de su incorporación a la vida cotidiana y se instale la forma “correcta” de comerciar como forma

²⁷ Los Galpones de la Vega”, *Sucesos* N°345, 15 de abril de 1909

²⁸ Carlos Ossandon, y Eduardo Santa Cruz, *El estallido de las formas: Chile en los albores de la "cultura de masas"*, Santiago, LOM Ediciones, 2005. pág. 37.

²⁹ *Ibíd.* pág. 38.

hegemónica.³⁰ Los tres medios que sirven como fuente a esta investigación tienen en común el uso de la fotografía como parte del documento, son medios que apuntan a “mostrar” visualmente para “decir”.

El Diario Ilustrado fundado en Santiago por Ricardo Salas Edwards, y cuya existencia se extendió desde el 31 de marzo de 1902 hasta el 23 de octubre de 1970, introdujo una importante innovación: “el uso del fotograbado en reemplazo del sistema de litograbado”, innovación “que permitió la publicación de fotografías por primera vez en el país”, y que lo consagró como el primer medio de prensa de circulación diaria que utilizó este recurso.³¹ En su primer año habría alcanzado un tiraje de 2.000 ejemplares diarios, obteniendo en los años siguientes tirajes bastante más elevados: 30.000 ejemplares, según se dice, en 1908 y, al parecer, más de 100.000 después del primer gobierno de Ibañez.³² Cabe mencionar que *El Diario Ilustrado* estuvo ligado al conservadurismo, lo que se hace más nítido a partir de 1908 cuando su fundador lo traspasa a “un grupo de activos políticos conservadores”, cuestión que va a cambiar su línea editorial, que en un principio fue más “independiente”.

La revista *Sucesos* fue fundada el 18 de agosto de 1902 por la imprenta y litografía *Universo* que pertenecía a Guillermo Helfman. Aparecía los días jueves, tenía 38 páginas, las que hacia 1919 aumentaron a cerca de 70 páginas y su precio era de 20 centavos. Asumió desde su nacimiento una característica que fue central en su perfil periodístico, el de ser un magazine de actualidades, lo que implicaba que su material, entregado semanalmente a los lectores, siempre tuvo el sello de lo efímero, es decir, acorde a la noción de lo “actual” que va a ser propia de la prensa moderna y la industria cultural en general, y que le permitía recoger los más diversos intereses y demandas de información y entretenimiento. Cabe destacar que la presencia temprana de la fotografía como contenido

³⁰ Para este análisis considerar también Ángel Rama, *La ciudad letrada*, Hanover, Ediciones del Norte, 1984.

³¹ A diferencia de las Revistas *Sucesos* y *Zigzag*, que eran de circulación semanal.

³² Carlos Ossandón, “El Diario Ilustrado: modernidad y ensoñación identitaria” en *Comunicación y Medios*, Santiago, N° 14, 2003, en línea: URL <http://www.comunicacionymedios.uchile.cl/index.php/RCM/article/viewFile/12098/12454>

fundamental de sus páginas, hace de ella una revista fundamentalmente para ser vista y luego, de manera más bien auxiliar, leída.³³

En competencia con *Sucesos*, que se había fundado en Valparaíso por los hermanos Gustavo y Alberto Helfman, surge *Zig-Zag* la nueva revista fundada por Agustín Edwards en Santiago el año 1905, inauguró una forma de autopromoción que apostaba abierta y planificadamente a la creación de un producto comercial, siendo este uno de los factores importantes que le permitió contar con un público lector disímil que trascendió el ámbito de la elite³⁴. Contaba con todas las características del magazine, en cuanto incorpora una serie de temáticas y secciones de diversa índole, además de hacer un importante uso de la fotografía lo que incide en que el mostrar, la mirada, se constituya en una nueva forma de poder. De esta forma contribuye a crear una “esfera pública de aparición”³⁵; esfera que operará a través de formatos y códigos distintos a los de la expresión y discusión oral o escrita.

De estas fuentes se extrae las características que adquiere la noción de abastecimiento para esta época, que es el marco de actuación en el que se desarrolla el comercio popular. Se alude a actividades que se desarrollan en diversos espacios. La calle como protagonista, espacio de trabajo de vendedores ambulantes que las transitan ofreciendo sus productos, y de vendedores que hacen de ellas -esquinas o veredas- sus lugares de trabajo, improvisando puestos para el expendio de productos a los transeúntes. Sin embargo, también podemos reconocer los espacios de almacenamiento y redistribución de productos, por donde transitan los artículos que son llevados al público, y que son visitados a diario por los sujetos que acuden a ellos en busca de sus insumos y que muchas veces se convierten en verdaderos mercados de productos al menudeo, por el accionar de vendedores que expenden sus productos *in situ*. Por último los mercados, que además de sus comerciantes establecidos, son resignificados por vendedores que habitan día a día sus alrededores, y hacen de la ampliación del radio comercial del mercado su vitrina hacia los compradores.

³³ Ossandón, y Santa Cruz, *op. cit.* pág. 53.

³⁴ Ossandon y Santa Cruz, *op. cit.* pág. 60-61

³⁵ Ossandon y Santa Cruz, *op. cit.* pág. 63

Entre las actividades desarrolladas se identifica la venta de productos (alimentos, vestuario, manufacturas, flores) y otras actividades donde el “producto de venta” se encuentra en los límites de la legalidad o la materialidad como los puestos de juegos de azar –la lotería- que se instalan tan rápido como se desinstalan, o los puestos que “adivinan” la suerte –donde un pajarito saca un papel que predice el futuro, o donde una adivina saca la suerte. Todas actividades desarrolladas por sujetos populares y en espacios físicos reñidos con el ideal de modernidad.

Ahora bien, la imagen juega un rol fundamental en el desarrollo de la prensa moderna, y en este contexto es posible entenderla como documento histórico, pero comprendiendo sus limitaciones en cuanto es parte de un contexto social, una mirada, una forma de ver, en la medida que son captadas por un alguien que no es ajeno a su realidad, y que tiene como objetivo plasmar su propia visión del mundo, dando cuenta de lo que Barthes llamaba “la retórica de la imagen” o las formas en que ésta actúa para persuadir u obligar a los espectadores a que le den una interpretación determinada.³⁶ Burke acota que “Las imágenes dan acceso no ya directamente al mundo social, sino más bien a las visiones de ese mundo propias de la época. (...) El historiador no puede permitirse el lujo de olvidar las tendencias contrapuestas que operan en el creador de imágenes, por una parte a idealizar y por otra a satirizar el mundo que representa”³⁷. De esta forma, se hace necesario que el testimonio de las imágenes sea situado en una serie de “contextos” (cultura, político, material, etc.).³⁸

Siguiendo esta línea de análisis es que el argumento de Gisèle Freund cobra importancia, cuando plantea que “...la fotografía posee la aptitud de expresar los deseos y las necesidades de las capas sociales dominantes, y de interpretar a su manera los acontecimientos de la vida social. Pues (...) solo tiene objetividad ficticia. (...) permite todas las deformaciones posibles de la realidad, dado que el carácter de la imagen se halla

³⁶ Roland Barthes, “Retórica de la imagen” en Roland Barthes, *La Semiología*, Buenos Aires, Tiempo Contemporáneo, 1974.

³⁷ Peter Burke, *Visto y no visto: el uso de la imagen como documento histórico*, Barcelona, Editorial Crítica, 2001, pág. 239.

³⁸ El historiador debiera leer entrelineas, percatándose de los detalles significativos, por pequeños que sean – y también de las ausencias-, y utilizándolos como pistas para obtener la información que los creadores de las imágenes no sabían que sabían, o los prejuicios que no eran conscientes de tener

determinado cada vez por la manera de ver del operador y las exigencias de sus comanditarios. Por lo tanto, la importancia de la fotografía no solo reside en el hecho de que es una creación sino sobre todo en el hecho de que es uno de los medios más eficaces de moldear nuestra ideas y de influir en nuestro comportamiento.”³⁹

En este escenario las imágenes sobre el comercio popular deben ser entendidas como una imagen construida desde los medios de prensa y que siguiendo la hipótesis de la investigación buscan dar cuenta de un “no” lugar dentro de la sociedad moderna, y que se aspira a modificar en función de los cánones de la civilización.

3.0 El espacio de los comerciantes en la ciudad: una definición del comercio popular desde la noción de espacio público.

Para comprender el espacio físico ocupado por el comercio popular, en esta investigación se apela a la noción de espacio público ¿Por qué simplemente no se habla de comercio callejero? Retomando lo planteado con respecto a la dicotomía propuesta para entender la noción de comercio popular, que define a éste en función de su conflictiva relación con la clase dominante, se hace imposible no considerar como parte del objeto de esta investigación una serie de actividades que no se desarrollan precisamente en las calles, pero que tampoco se condicen con el ideal moderno de las actividades de abastecimiento desarrolladas al interior de cuatro paredes y que son enmarcadas dentro de lo “no” deseable desde la concepción de ciudad moderna. De esta forma, la noción de “popular” obliga a adentrarse a una serie de espacios que son parte del circuito de abastecimiento, no solamente la calle, también el mercado, el matadero, los puestos insalubres, las plazas, etc. pero que es preciso entender como espacios en conflicto.

Habermas nos propone el concepto de esfera pública⁴⁰, el cual concibe como una promesa no cumplida de la modernidad. Pese a que Habermas no discute el concepto de

³⁹ Gisèle Freund, *La fotografía como documento social*, Barcelona, Gustavo Gili, 1976. pág. 8

⁴⁰ Jürgen Habermas, *Historia y crítica de la opinión pública: la transformación de la vida pública*, México, Ediciones G. Gili, 1999. Jürgen Habermas, *Teoría de la acción comunicativa*, Madrid, Taurus, 2003

espacio público, su análisis histórico de la aparición de la esfera pública es útil para desarrollar este concepto. Él inicia su análisis postulando que la esfera pública aparecería alrededor del siglo XVII, en primera instancia concebida como la esfera de los privados juntándose como un público. Ellos pronto habrían reclamado contra la esfera pública regulada desde arriba, contra las autoridades públicas mismas, para incluirlos en un debate sobre las reglas generales que gobiernan las relaciones en la básicamente privada, pero públicamente relevante esfera del intercambio de mercancías y trabajo societal. Esta visión enfatiza la idea de un espacio (metafórico) de libertad, el cual existe entre el Estado y los asuntos privados y constituiría el punto de partida para un debate crítico-racional que apuntaría al ejercicio legítimo del poder, y que requeriría el uso de la racionalidad humana y el encuentro y dialogo de diversos grupos sociales. De esta forma, la aparición de la esfera pública se iniciaría con el cuestionamiento burgués a la forma de gobierno. Una vez que éste se presenta, aparecerían nuevas instituciones (y también espacios), que se convertirían en centros de poder democrático y de ciudadanía. Todas estas instituciones serían, de acuerdo a Habermas, precondiciones necesarias para un régimen democrático. Sin embargo, hasta nuestros días la constitución de una esfera pública realmente libre de las arbitrariedades del poder constituye una promesa incumplida de la modernidad. La esfera pública habría sido de alguna forma colonizada por la racionalidad instrumental característica de los sistemas de intercambio de dinero y poder. Así, el ideal histórico que estaría al centro del concepto de esfera pública sería a la vez una utopía, pues nunca habría existido en la historia humana. Rodrigo Salcedo, por su parte, explica que esta visión de Habermas ha sido retomada por varios autores post-modernos, quienes al contrario de su visión entienden el encuentro social y la yuxtaposición de usos en el espacio público como la característica básica de la vida urbana moderna. El espacio público sería un espacio propio de la era moderna, el cual se abriría a diferentes motivaciones públicas y cuyo uso sería discutido por visiones y propósitos igualmente legítimos, un espacio experimentado por la ciudadanía. Sin embargo, estos autores también tenderían a adoptar una posición crítica frente a la sociedad burguesa y el capitalismo, por lo que describirían el espacio público como un sitio de resistencia frente a la burguesía y el orden económico social que

ella impulsa. De este modo, el espacio público habría sido creado por la burguesía en su lucha contra el orden anterior, pero este se convertiría, hasta cierto punto, en un arma utilizada por los excluidos para transformar el orden social burgués.⁴¹

Por otra parte, desde una perspectiva foucaultiana, la historia de los espacios, es al mismo tiempo la historia de los poderes, todos los espacios estarían sujetos al poder del príncipe (real o metafórico) y esos poderes sólo existirían en público.⁴² Mientras que con anterioridad a la era moderna los espacios públicos habrían estado destinados a expresar el poder del soberano, en el mundo moderno se orientarían hacia prácticas disciplinarias, a obtener una completa docilidad del cuerpo. Los espacios públicos habrían pasado de ser el lugar del castigo real a un espacio de vigilancia. Así, el ejercicio del poder habría estado al centro de toda la reconstrucción moderna de las ciudades. De forma que los proyectos de reforma urbana, llevados a cabo en la ciudad imperial del siglo XIX, habrían sido guiados desde el Estado y su objetivo central nada tendría que ver con la construcción de ciudadanía o el diálogo social, al contrario la misión del urbanista es eliminar los lugares donde la enfermedad, la pobreza moral, la infelicidad y el socialismo crecen. Las primeras ciudades habrían sido diseñadas para anunciar, ceremonializar, administrar, aculturar, disciplinar y controlar⁴³. Lo que el sociólogo Richard Sennett llamó la historia de la “carne y piedra”⁴⁴. En la que la idea básica es que el diseñador urbano decimonónico imaginó individuos protegidos por el movimiento de la muchedumbre. En consecuencia, según explica Sennett, durante el siglo XIX espacios públicos como la calle, el parque y estaciones de transporte adquirieron un cariz protagónico, insertándose en ellos una pesada carga simbólica de lo que las elites europeas pretendían para sus ciudades. En otras palabras, las

⁴¹ Rodrigo Salcedo Hansen, “El espacio público en el debate actual: una reflexión crítica sobre el urbanismo post-moderno”, En *Eure*, Santiago, Vol. 28, Número 84, 2002

⁴² Foucault defiende la idea de que el ejercicio del poder, es en última instancia, la motivación de la acción humana; y por ende su ejercicio no estaría confinado al Estado, sino que permearía a todas las instituciones sociales. De esta forma, con la llegada de la modernidad ocurriría una transformación, no en la naturaleza humana y su vocación de poder, sino en las características del discurso de este poder, así, hacia fines del siglo XVIII el tema apuntaría a usar el espacio para fines más bien económicos-políticos. Michel Foucault, *Vigilar y castigar : nacimiento de la prisión*, Madrid, Siglo Veintiuno, 2005

⁴³ Edward Soja, *Postmetrópolis: Estudio crítico sobre las ciudades y las regiones*, Madrid, Editorial traficante de sueños, 2001

⁴⁴ Simón Castillo Fernández, *El Barrio Mapocho y el Parque Forestal: espacio público y representaciones de ciudad en Santiago de Chile (1885-1900)*, Tesis para optar al grado de Magister en Historia, Santiago, Universidad de Chile, 2008. pág. 6

relaciones del estado con la sociedad civil emergieron en ese momento histórico como un elemento fundamental en la definición de espacio público.⁴⁵

Así, podemos identificar dos miradas, una que supone al espacio público, como el espacio discutido por distintas visiones que buscan legitimar su uso en términos propios y que por ende se presta para ser el lugar de “resistencia” de los excluidos frente a la hegemonía burguesa y un espacio entendido como el lugar de disciplinamiento y ejercicio del poder. Ambas miradas dan cuenta de este espacio en disputa, por su parte los comerciantes se hacen eco de la posibilidad de ocupar el espacio en los términos que estiman convenientes, para la venta de sus productos, y desde la otra vereda, la clase dominante a través del Estado aspira a configurar ese espacio en sintonía con el ideal moderno, desterrando de él todo lo que no se condiga con éste.

Frente a esta disyuntiva De Certeau⁴⁶ plantea que el espacio es siempre discutido en su uso, y por ende nunca podría ser completamente apropiado por los poderes o discursos dominantes, en este sentido, plantea que el espacio es siempre expresión de relaciones de poder y de dominación por parte de los discursos dominantes, pero discutidos por los discursos subordinados. De esta forma propone que existirían procedimientos populares (también minúsculos y cotidianos, como las formas disciplinarias) utilizados por la sociedad para resistir, acomodándose a los mecanismos de la disciplina para ajustarse a ellos y al mismo tiempo evadirlos. Estas formas de operar constituirían las innumerables prácticas a través de las cuales los usuarios se reapropian del espacio organizado por las técnicas de producción sociocultural.⁴⁷

⁴⁵ Richard Sennett, *Carne y piedra: el cuerpo y la ciudad en la civilización occidental*, Madrid, Alianza Editorial, 1997.

⁴⁶ Michel de Certeau, *La invención de lo cotidiano*, México, D. F., Universidad Iberoamericana, 1996. 2v.

⁴⁷ Ahora si bien, el argumento de DeCerteau constata la existencia de prácticas alternativas, ciertamente les pone límites, así como a la diversidad de usos que puede adoptar el espacio. La resistencia según él no estaría al nivel de las prácticas dominantes: aún más, ella estaría condicionada por éstas. Las distintas apropiaciones del espacio no deben entenderse en términos de una competencia entre dos proyectos alternativos, sino como el resultado de interacciones sociales que ocurren en el espacio vívido y que pueden dar lugar a diversos significados y propósitos

Así, si bien el espacio público es un espacio de diálogo y encuentro social, éste estaría atravesado por relaciones de poder, dentro de las cuales, el discurso dominante intentaría imponerse buscando desterrar a los subordinados, que para nuestro caso, sería el comercio popular, representado por los comerciantes populares. Éstos pueden disputar una cuota de espacio, “resistir”, en un diálogo forzado con los discursos dominantes, en el cual a través de distintas estrategias se reapropian del espacio público, se hacen presentes en él, y pese a la incomodidad de los discursos dominantes, insisten en mantenerse como parte integrante de este, generando un conflicto con los sectores dominantes, los que a través de distintos recursos intentan deslegitimar su participación en él, o por lo menos reglamentarla, ajustándola, a los cánones establecidos por ellos.

La hegemonía, en términos espaciales, significaría la naturalización de una dominación material a través de la imposición de ciertas percepciones (espacio percibido o imaginado) o representaciones de cómo el espacio debe ser apropiado, usado y vivido. Esta hegemonía es la que estaría en disputa en esta investigación, es la hegemonía que se intentaría imponer desde la elite, la forma “correcta” de ocupar el espacio, para la actividad comercial, según el ideal moderno, que es lo que se busca dilucidar a través del análisis documental.

En una línea análoga Simón Castillo en su trabajo sobre el barrio Mapocho y Parque Forestal, plantea que en el espacio público sería posible visualizar las relaciones entre la sociedad civil y el Estado. En este sentido si bien éste es el lugar de expresión de las relaciones humanas de libre circulación, también lo es del poder, de esta forma, por una parte el espacio público da identidad y coherencia a una urbe, pero también es el lugar del poder que vigila, autoriza y restringe los usos que en él se producen.⁴⁸ Así, siguiendo el planteamiento de Gorelik⁴⁹ el espacio público sería atravesado por una experiencia social al mismo tiempo que organizaría esa experiencia dándole forma.

⁴⁸ Castillo, *op. cit.* pág. 5

⁴⁹ Adrián Gorelik, *La grilla y el parque. Espacio público y cultura urbana en Buenos Aires, 1887-1936*, Buenos Aires, Universidad Nacional de Quilmes, 2004. pág. 20

Si entendemos la importancia que conlleva el control del espacio, en la medida que da cuenta del poder que las elites poseen para moldear sus ciudades en función de un proyecto modernizador, podemos comprender lo conflictivo que resulta el desarrollo del comercio popular, alejado de los cánones y principios del progreso, en esos mismos espacios que se quieren reconfigurar, y cómo esto pone en riesgo el proyecto oligarca.

De esta forma, al hablar del lugar que ocupa el comerciante popular, se hace referencia a este espacio en disputa: las calles, las plazas, las estaciones de trenes, los mercados, etc. Entendiendo acá el rol que juega la prensa moderna en configurar espacios que fueron privados en espacios públicos, en convertir en público lo privado a través de la explotación de la imagen, que pone en manos de un público masivo una “ventana al mundo”. En este sentido, todo estos espacios son públicos en la medida que estando en disputa con un proyecto oligarca son puestos en la palestra y presentados a un contingente masivo, que puede observarlos, visibilizarlos, apreciarlos y cuestionarlos. La prensa es la que posibilita que estos “lugares” que alguna vez estuvieron ocultos sean presentados en sociedad y puestos en debate, y así convertidos en espacios públicos. En este contexto el comercio popular no puede ser limitado a su desarrollo en las calles, sino que debe ser comprendido y estudiado en todos estos espacios en disputa, que son convertidos en públicos a través de la prensa.

Para finalizar cabe mencionar que en este capítulo se han analizado los conceptos claves que permiten abordar la investigación, la noción de comercio popular, concebida desde su conflictiva relación con la clase dominante, la definición de espacio público entendido como un espacio en disputa entre un sujeto popular que insiste en habitarlo y un discurso moderno que aspira a desterrarlo. Ambos conceptos enmarcados en una ciudad latinoamericana en pleno crecimiento económico que enarbola un proyecto modernizador que busca ser instalado en el seno de la sociedad, y donde la naciente prensa industrial juega un rol fundamental.

CAPITULO II. MODERNIZACIÓN E INFRAESTRUCTURA PARA EL ABASTECIMIENTO DE UNA NUEVA URBE

La completa incorporación de Latinoamérica al mercado internacional, producida hacia fines del siglo XIX y principios del XX, y la fase de expansión económica que al unísono se iniciaba, habría traído consigo el comienzo de un proceso de crecimiento de estas ciudades, estimulando, por una parte, la concentración de población, y por otro lado, desarrollando nuevas formas de vida, ambos factores, que a su vez, habrían generado la necesidad de reestructurar la antigua ciudad colonial, para convertirla en una ciudad moderna que estuviera a la altura de esos nuevos tiempos, y que pudiera ser reflejo de un país próspero y moderno.

De esta forma, la modernización implicó, un desarrollo de la estructura urbana, principalmente de las estructuras comerciales existentes, que permitieran facilitar la salida de los productos, como vías férreas y servicios portuarios, como dice Carmagnani había que “...desarrollar las raquílicas estructuras comerciales existentes los ferrocarriles y los puertos, así como los servicios bancarios y de seguros, con el fin de facilitar la salida de la producción.”⁵⁰

Una sociedad que se renovaba parecía exigir una transformación de su hábitat, de modo que el crecimiento de la población obligó a ocupar nuevas zonas para el establecimiento de viviendas, y el desarrollo mercantil e industrial requirió amplios espacios fuera del centro urbano.⁵¹ Era un crecimiento espontáneo, consolidado al poco tiempo con la prestación de ciertos servicios que mejoraban la condición de los adelantos de la expansión urbana: el agua, los transportes, las obras de drenaje, el alumbrado.⁵²

La demolición de lo viejo para dar paso a un nuevo trazado urbano y a una nueva arquitectura fue un extremo al que no se acudió por entonces sino en unas pocas ciudades;

⁵⁰ Carmagnani, *op. cit.* pág. 108

⁵¹ Romero, *op. cit.* pág. 274

⁵² *Ibíd.*

pero se transformó en una aspiración que parecía resumir el supremo triunfo del progreso.⁵³ Así, el principio de la modernización de las ciudades significó la ruptura del casco antiguo, tanto para ensanchar sus calles como para establecer fáciles comunicaciones con las nuevas áreas edificadas.⁵⁴

Dentro de este contexto, la renovación de los centros de abastecimiento de la ciudad “moderna” se convirtió en un paso fundamental hacia la modernización, en la medida que son lugar de tránsito de los productos que abastecen a toda la ciudad, una ciudad moderna necesita centros de abastecimiento que estén a la vanguardia del progreso y que puedan proveer a sus habitantes de los bienes y servicios necesarios para vivir: alimentos, vestuario, medios de entretenimiento, etc.

1.0 Santiago: de ciudad a una “urbe” del imaginario de la modernidad

Armando de Ramón explica que la capital de Chile, en la medida que era una ciudad que fue fuente de capitales y motor de la actividad económica del país, se transformó en la morada de las clases patriarcas. Pero además era habitación de un numeroso contingente humano, cada vez mayor, debido a las masas de migrantes, que estaban siendo expulsada desde los campos⁵⁵, y que en la ciudad no tenía posibilidad de trabajo, salvo prestar los servicios más humildes, menos especializados y peor pagados de todo el radio urbano.

Este proceso migratorio habría repercutido en la extensión de la ciudad de Santiago la cual vio duplicar su espacio urbano entre 1872 y 1915. Así, si hacia 1872 la ciudad abarcaba aproximadamente 1.500 hectáreas, en 1891 había aumentado a 1836 hectáreas, en 1895 llegaba a las 2.000 hectáreas y hacia 1915 la ciudad ya tenía 3.000 hectáreas.⁵⁶

⁵³ *Ibíd.* pág. 275

⁵⁴ *Ibíd.*

⁵⁵ Gabriel Salazar, *Labradores, peones y proletarios: formación y crisis de la sociedad popular chilena del siglo XIX*, Santiago, LOM Ediciones, 2000. Luis Alberto Romero, “Rotos y gañanes: trabajadores no calificados en Santiago (1850-1895)”, en *Cuadernos de historia*, Santiago, no. 8 (dic. 1988), p. 35-71.

⁵⁶ Armando de Ramón, *Estudio de una periferia urbana: Santiago de Chile 1950-1900*, Santiago, Sociedad Chilena de Historia y Geografía, Ediciones Universidad Católica de Chile, 1985. pág. 202-209. En el contexto latinoamericano hacia 1914 Chile es una ciudad promedio, a nivel poblacional, ocupa el quinto lugar después de Brasil, Argentina, Colombia y Perú, posee una población importante de 3 millones y medio de habitantes, y una superficie que se condice con su población, ocupando también el quinto lugar con 757.000

Según él hacia 1860 habría comenzado a producirse un aumento constante, pero equilibrado, de la periferia urbana; el cual se habría estancado hacia 1880, producto de la guerra con Perú y Bolivia y con la incorporación de los yacimientos salitreros, sin embargo, a partir de 1890 este crecimiento poblacional habría sido incontenible⁵⁷.

Santiago, señala la bibliografía, se tornó atractiva a los ojos de la población migrante que veían en ella una oportunidad de insertarse laboralmente. Desde la década de 1850 las obras ferroviarias en ejecución eran muy numerosas, tanto en Santiago como en las provincias vecinas y hasta 1890 aún estaban en construcción (Melipilla, Puente Alto, el Cajón del Maipo hasta el Volcán, la Circunvalación de Santiago y el Peñón).⁵⁸ Se estaban desarrollando una serie de obras públicas, como la construcción de canales de regadío (el de las Mercedes⁵⁹), las obras de electrificación, reparación de caminos y tranques, la ampliación de la red de agua potable y otras, que mantenían una demanda fluctuante, pero intensa de mano de obra. Y quizás la actividad que mayor número de gente reunía: La minería en la zona cordillerana frente a Santiago⁶⁰.

En el Censo de 1907 este aumento de población es evidente, en la tabla 1 se puede apreciar cómo la población prácticamente se duplica entre 1854 y 1907 pasando de 207.930 a 516. 870 habitantes y en el análisis por subdelegación, propuesto por De Ramón, la situación es similar con un porcentaje de aumento de la población que fluctúa entre un 40 y 70 por ciento dependiendo de zona, a excepción de la sur este –Ñuñoa. (Tabla 2)

km2. Posee una economía basada en la explotación minera (salitre y cobre) a diferencia de otros países como Brasil y Argentina que basaron su crecimiento económico en la explotación agrícola, un crecimiento del PIB entre 1900 y 1929 (2.9) relativamente bajo en comparación a otros países como Venezuela, Colombia o Perú (que fluctúa entre 4.5 y 5), sin embargo, es importante considerar que este crecimiento comienza a decaer con la invención del salitre sintético y por ende con la disminución en las exportaciones de su principal producto de exportación. De esta forma, es necesario enmarcar el contexto chileno, de crecimiento económico, poblacional y de superficie, dentro de un escenario latinoamericano.

⁵⁷ *Ibíd.* pág. 210

⁵⁸ Todas estas obras se trabajaban en la década de 1890. De Ramón, *op. cit.* pág.

⁵⁹ Que irrigó parte de la comuna de Curacavi y el de Mallarauco para el valle de su nombre, ambos con agua del río Mapocho

⁶⁰ De Ramón explica que en ese lugar habían surgido dos grandes núcleos productores de cobre: el de la Disputada de las Condes, en actividad desde la década de 1870 y que en 1890 contaba con la presencia de doce importantes empresas; y el de las minas del Cajón del Maipo, en explotación desde los tiempos de la dominación española y que a fines del siglo XIX eran trabajadas por la Compañía Minera del Maipo, la cual había construido una gran fundición en la misma zona. De Ramón, *op. cit.* pág. 234-235

Tabla 1: Aumento de población en Santiago, entre 1854 y 1907⁶¹

Departamentos	Población						Tanto por ciento de aumento anual				
	1854	1865	1875	1885	1895	1907	1854 1865	1865 1875	1875 1885	1885 1895	1895 1907
Santiago	131117	171720	195612	236870	312467	403775	2.48	1.31	1.93	2.81	2.16
La Victoria	28466	38312	39983	38170	45313	50182	2.74	0.43	- 0.46	1.73	0.86
Melipilla	48347	49127	53555	54713	57856	62913	0.15	0.87	0.21	0.56	0.70
TOTAL	207930	259159	289159	329753	415636	516870	2.02	1.10	1.32	2.34	1.83

Tabla 2: Aumento del número de habitantes según Subdelegaciones urbanas⁶²

Subdelegaciones	1895		1907		% aumento
	Habitantes	Total	Habitantes	Total	
Oeste					
Mapocho	4324		9189		
Renca	4085	8409	5823	15012	78,52
Norte					
El Salto	4472	4472	6940	6940	55,19
Sur					
Santa Rosa	3068		5584		
Llano Subercaseaux	3072		4490		
Parque Cousiño	7215	13355	10083	20157	50,86
Este					
Providencia	7092		10985		
Apoquindo	2950	10042	3914	14899	48,37
Sur oeste					
Chuchunco	4438	4438	6523	6523	46,98
Sur este					
Ñuñoa	3904	3904	4410	4410	5,28

⁶¹ Memoria: presentada al Supremo gobierno por la Comisión del Censo, Santiago, [s.n.], 1908 pág. 406. Censo de la República de Chile levantado el 28 de noviembre 1907

⁶² De Ramón, *op.cit.* pág. 236

2.0 Hacia la mejora de la infraestructura de abastecimiento

Hacia fines del siglo XIX y principios del siglo XX es posible apreciar la preocupación de las autoridades por mejorar las condiciones de los recintos destinados a la recepción y redistribución de productos alimenticios.⁶³ Es posible distinguir varios centros destinados al abastecimiento de productos, al que acuden diariamente comerciantes en busca de mercancías para ser expandidas al público y personas que necesitan abastecerse de los productos de que precisan.

A principios del siglo XX podemos identificar por lo menos cuatro centros importantes: el Mercado Central, el Matadero Municipal, los Galpones de la Vega y la Lechería Central. Los primeros dos son de dependencia de la Municipalidad de Santiago, por ende es ella la encargada de su administración, de mantenerlos en buenas condiciones y cobrar el canon de arriendo por el uso de las instalaciones. Los Galpones de la Vega, caso que se analizará más adelante en detalle, surgen como de una concesión a un particular, pero finalmente también pasará a la administración municipal. Finalmente la Lechería Central, lugar donde se desarrolla la explotación de la leche y al que acuden diariamente los “lecheros” a abastecerse del producto que luego deben hacer llegar a los hogares santiaguinos, fue una empresa de carácter más bien privado.

En este apartado se analizarán estos cuatro espacios en particular, pues en ellos es posible apreciar cómo la mejora de las instalaciones destinadas al almacenamiento de alimentos, es una máxima, un objetivo que guía el análisis periodístico de la época y que pretende repercutir en el accionar de las autoridades hacia ese fin.

En el plano 1 se puede apreciar la ubicación de estas instalaciones, el Mercado y la Vega en el sector del Mapocho, la Lechería ubicada hacia el poniente, cercana a la “Quinta Normal” y el Matadero en el sector sur de Santiago.

⁶³ Para un análisis de la mejora de la infraestructura urbana ver: Armando de Ramón, *Santiago de Chile: (1541-1991): historia de una sociedad urbana*, Santiago, Catalonia, 2007. Stefan Rinke, *Cultura de masas: reforma y nacionalismo en Chile 1910-1931*, Santiago, Dibam, 2002.

Plano 1: Plano de ubicación de Centros de abastecimiento⁶⁴



⁶⁴ Luis Felipe Laso, *Plano de Santiago según el proyecto de transformación, 1912*, Santiago, Librería Artes y Letras, 1912. En línea: URL http://www.memoriachilena.cl/temas/documento_detalle.asp?id=MC0060222
Plano modificado por mí, se ubicaron espacialmente los sitios de abastecimiento para lograr una referencia del lugar donde se encontraban dentro del plano de Santiago.

2.1 La Lechería Modelo

La Industria de la leche fue una preocupación constante a principios de siglo, claro que el mayor conflicto no se encontraba, como veremos, en las instalaciones de almacenamiento y redistribución del producto, sino en la forma cómo llegaba a los consumidores a través de los vendedores ambulantes de leche: “Los lecheros”.

En Santiago fue posible identificar la “Lechería Central”, que estaba ubicada cerca de la Quinta Normal, como el lugar donde se extraía y procesaba el producto y al que concurrían los lecheros a abastecerse de él para luego salir a repartirlo por la ciudad, sin embargo, no existe certeza que haya sido el único lugar donde se explota la leche⁶⁵. Las instalaciones eran de propiedad de una sociedad privada, donde el rol de las autoridades era fiscalizar el estado de éstas y que la leche se encontrara en buenas condiciones y fuese de buena calidad, función que cumplía el Laboratorio Químico Municipal, institución encargada de velar por la higiene alimenticia de la ciudad.

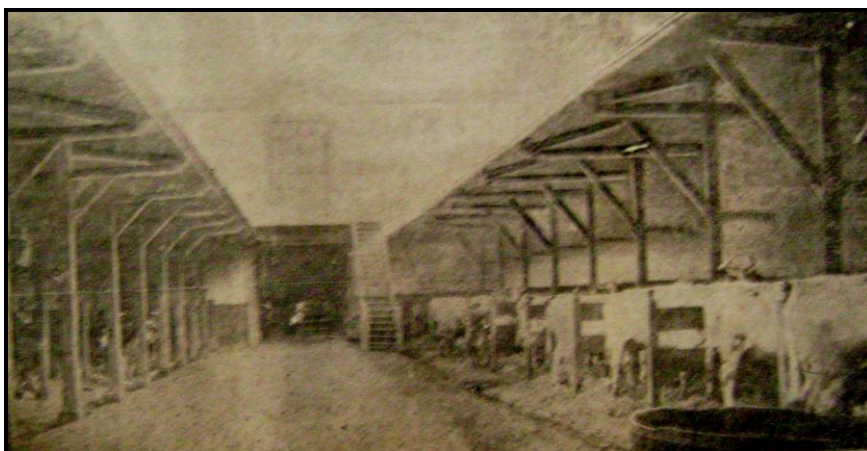
Así, en 1902 la “Lechería Central”, daba cuenta del afán modernizador, en la búsqueda de la conformación de un recinto que fuera *modelo* en su tipo:

⁶⁵ La Lechería Central, se ubicaba en la calle Matucana N° 636, sin embargo, el artículo no menciona quién es el propietario, “La lechería central” *El Diario Ilustrado*, N° 132, 10 de agosto de 1902, posteriormente existe una referencia a que en Santiago hay diversas instalaciones para la recepción y reparto de este alimento “Una industria benéfica” *Sucesos*, N° 272, 21 de noviembre de 1907, no obstante, no se deja claro si son varios los lugares de venta establecidos para el abastecimiento del producto, o que efectivamente existen más lecherías. Hacia el año 1911, se encuentra una nota en el que se dan a conocer las instalaciones del establecimiento de la Sociedad “Álvaro Santa María y Cia.”, el cual es descrito como “modelo en su género. Tanto las salas para la mantención y elaboración de la leche, como los establos para las vacas que se ordeñan ahí mismo y que permiten suministrar al público leche en espléndidas condiciones, están dotados de todos los últimos adelantos que se han hecho en esta industria”, sin embargo, tampoco tenemos certeza si son las mismas instalaciones con distinto dueño o si son otras instalaciones, ya que se explica que se encuentran ubicadas en la “Avenida de las Quintas”, lugar que no fue posible ubicar en el plano urbano de Santiago. “La industria de la leche en Santiago” *Zig-Zag*, N° 316, 11 de marzo de 1911. De todas formas, si es posible deducir que las instalaciones no son de dependencia municipal, quien cumple un rol más bien fiscalizador, y por lo menos la ubicación precisa de las instalaciones de la “Lechería Central, que para el objetivo de este apartado es suficiente considerando que se intenta analizar la forma cómo es mirada la infraestructura y cómo se apunta a la consecución de un espacio modelo.

“...único en su clase en Chile.”⁶⁶ Y como dice “...Uno de nuestros más distinguidos facultativos que ha visitado muchos establecimientos de esta clase en Europa, acredita que no ha visto ninguno que lo aventaje”.

Entre las características que poseía es posible mencionar: “...El aseo escrupuloso que se observa en todo, la pureza de la leche, la sanidad y excelente estado de las vacas, y la manera como se reparte la leche a domicilio...”. En esta cita la clara alusión a “Europa” entrega una señal del modelo a seguir, además se mencionan los elementos que constituían un recinto en óptimas condiciones: el aseo, la pureza, el estado de las vacas, etc. Y la imagen que se acompaña da cuenta de aquello: un orden inmaculado, en el que hasta los animales parecieran comprender el contexto de la imagen.

Imagen 1



“La Lechería Central” en *El Diario Ilustrado*, N° 132, 10 de agosto de 1902

2.2 De Matadero Público a Matadero Modelo

El Matadero Público construido hacia 1847⁶⁷, se ubicaba en el sector sur de la ciudad entre las calles Franklin, San Francisco, Arturo Prat y Placer, y era de dependencia de la Municipalidad de Santiago, quien cobraba el canon de arriendo por el uso de las

⁶⁶ “La lechería central” *El Diario Ilustrado*, N° 132, 10 de agosto de 1902, , el tema de la leche se retoma “La industria de la leche en Santiago” *Zig-Zag*, N° 316, 11 de marzo de 1911

⁶⁷ “El Matadero Público”, *El Diario Ilustrado*, N° 130, 8 de agosto de 1902,

instalaciones.⁶⁸ En él se desarrollaba la matanza de animales y desde ahí salía la carne que abastecía a la ciudad, sin embargo además se convirtió en un espacio propicio para la venta al por menor de toda clase de menudencias, restos de animales –guatitas, sangre, patitas, etc., que no eran enviados a los establecimientos de abastecimiento de carnes-, además de ser un lugar atractivo para la instalación de otro tipo de comercios, relacionados, por ejemplo, con la alimentación de los trabajadores del matadero y de todo el contingente que lo visitaba a diario.⁶⁹ De forma, que se convirtió en un verdadero mercado entorno a la explotación de la carne, como es posible apreciar a través de las imágenes 2, 3, 4, 5 y 6

“...en la calle central variadas ventas populares de comestibles, cigarros, empanadas, etc. Reúnen a su alrededor a los matutinos visitantes que toman, a la chilena su desayuno o su almuerzo. Más afuera, en mesas especiales los matarifes esponen y venden la carne que les representa el trabajo del día y de la cual se surte una gran cantidad de personas, la mayor parte de las cuales viven por los alrededores...”⁷⁰ [sic]

⁶⁸ Para lograr su construcción fue entregado en concesión a don Diego A. Tagle, quien se encargó de su construcción y a cambio fue autorizado para cobrar los derechos de “Carnes muertas y Peletería” por los primeros 21 años desde su construcción, sin embargo la concesión acabó el año 1868, año en que pasa a dependencia municipal. Juan Luengo L., “El viejo Matadero Franklin (1912-1972)” en *Revista TecnoVet*, Santiago, Vol. 8, N° 1, 2002. En línea URL:

<http://www.tecnovet.uchile.cl/index.php/RT/article/viewArticle/10505/10559>

⁶⁹ Incluso se plantea que es un lugar propicio para el desarrollo de juegos de azar “Los días sábados y domingos, particularmente en el barrio del Matadero, se reúnen en los negocios de licores individuos de las clases trabajadoras, que van a arriesgar el jornal de las semana al azar de las cartas del monte; (...)Para rematar, en el ya citado barrio del matadero hai un verdadero circo, en que se lidian gallos y a cuyas reuniones acude una concurrencia por demas numerosas. Allí preside el renombrado don Santos Lacritala y se juega por todo lo alto...” [sic] “El juego en Santiago, *El Diario Ilustrado*, N° 15, 15 de abril de 1902.

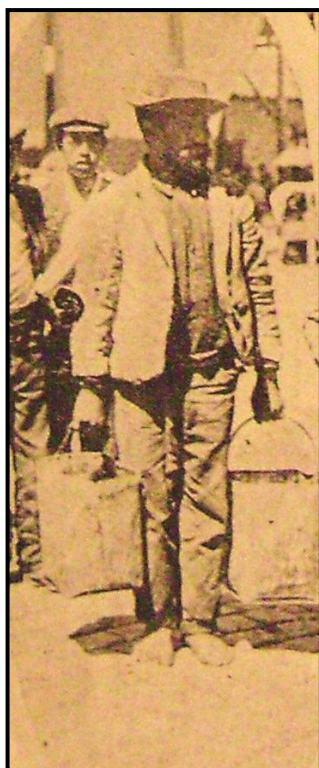
⁷⁰ “El matadero público”, *El Diario Ilustrado*, N° 130, 8 de agosto de 1902, cabe mencionar que los matarifes reciben como pago por sus servicios, carne de las mismas matanzas, riñones, malayas (carne de vaca o de cerdo que se encuentra entre el cuero y el costilla), que posteriormente venden en el mismo matadero al público que lo visita.

Imagen 2



“Cocinas, ventas y refrescos en el interior del establecimiento”⁷¹ en “Matadero de Santiago”, *Sucesos*, N° 363, 19 de agosto de 1909

Imagen 3



“Vendedor de sangre” en *Zig-Zag*, N° 260, 12 de febrero de 1910

Imagen 4



“Curiosa venta de “patitas y guatas” en *Zig-Zag*, N° 260, 12 de febrero de 1910

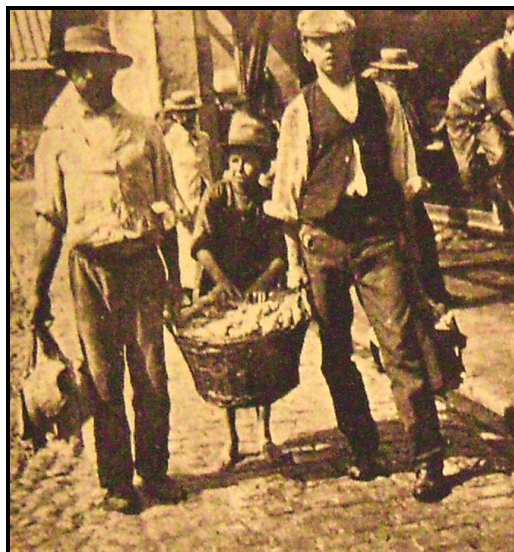
⁷¹ “Matadero de Santiago, *Sucesos*, N° 363, 19 de agosto de 1909

Imagen 5



“Los clásicos carricoches para la venta de patitas y guatas” en *Zig-Zag*, N° 260, 12 de febrero de 1910

Imagen 6



**“Los acarreadores” en *Zig-Zag*, N° 260,
12 de febrero de 1910**

Las vetustas instalaciones del matadero estuvieron en la mira de la prensa, que hacia 1902 ya comentaba las malas condiciones en que se encontraba, crítica que se hace constante en el tiempo al igual que la imperiosa necesidad de contar con un nuevo matadero modelo que dé cuenta del adelanto y el progreso del país.

Hacia 1902 el matadero público es descrito así:

“...En sus diferentes secciones todo es agitación febril, gritos, mugidos de animales, que atruenan el aire, y el olor particular de la carne palpitante y de la sangre que a chorros moja las canchas de matanzas, impregna la atmósfera. En los corrales las cabezas de ganado esperan la cuchillada del matarife, afuera los animales recién muertos, son descuartizados con prontitud, y en los corredores, sobre aparatos especiales las piezas sangrientas son colocadas mientras llega el momento de ser llevadas a los mercados y carnicerías...”⁷²

Imagen 7



“Grupo de matarifes.- el centro lo ocupa “don Manuel”, uno de los mas populares y queridos maestros del matadero, de cuyo buen humor nadie podrá dudar” en *El Diario Ilustrado* N° 130, 8 de agosto de 1902

⁷² “El Matadero Público”, *El Diario Ilustrado* N° 130, 8 de agosto de 1902

Imagen 8



“Sección en que se benefician cerdos y corderos.- grupo de trabajadores” en *El Diario Ilustrado* N° 130, 8 de agosto de 1902

Imagen 9



“La muerte; profunda puñalada en el corazón” en “Lo que el público consume”, *Sucesos*, N° 11, 7 de noviembre de 1902.

En las imágenes 7, 8, 9 se pueden apreciar las precarias condiciones en que se realizaba la matanza de animales, los matanceros, todos sujetos populares y las “canchas” de matanzas, que reflejan el paupérrimo estado de las instalaciones.

Un año después, en 1903, los señores Pellé y Rosales elevan a la Municipalidad la solicitud para establecer un matadero modelo, ésta pide un informe al Consejo Superior de Higiene, sin embargo, el proyecto queda entrampado en los intereses municipales, ya que se cree conveniente que dicho matadero sea de propiedad municipal, para evitar el encarecimiento de los productos⁷³. Es importante considerar que una de las formas de recaudación de recursos de la Municipalidad de Santiago se relaciona, precisamente, con el cobro por concepto de arriendo de los recintos de su propiedad⁷⁴, de modo que es más probable que el interés municipal haya apuntado hacia esa objetivo, o sea construir un Matadero Modelo y seguir cobrando el canon de arriendo por su uso, sin embargo, la municipalidad, no estaba condiciones de hacerse cargo de esta gran obra, por lo que seguiremos encontrando en la prensa alusiones a las malas condiciones en las que se desarrollaba la matanza de animales.

En este sentido, hacia 1909, la crítica apunta precisamente a este tema, el Matadero es una fuente importante de ingresos a las arcas municipales, sin embargo, ésta no se hace cargo de mantenerlo en buenas condiciones:

“...El matadero se Santiago es una de las más importantes reparticiones municipales, á cuyos ingresos contribuye con una crecida suma anual; sin embargo, su estado general se resiente de notorio abandono de parte de la autoridad local, que los habitantes de una ciudad de la importancia de Santiago reclaman con apremio...”⁷⁵

En 1907 se puede volver observar las referencias hacia el paupérrimo estado del Matadero Público, la revista *Sucesos* dice “...Quien no haya ido nunca al Matadero Público, mejor es que no vaya (...) En nuestros mataderos estamos tan avanzados como en los primeros días de la creación: se mata al natural, sin técnica, ni procedimientos modernos, ni higiene, ni nada (...) Nosotros que conocemos los mataderos de otros países, quedamos asombrados de ver que ninguna de las innovaciones que en ellos se han

⁷³ “Matadero modelo”, *El Diario Ilustrado*, N° 540, 30 de septiembre de 1903

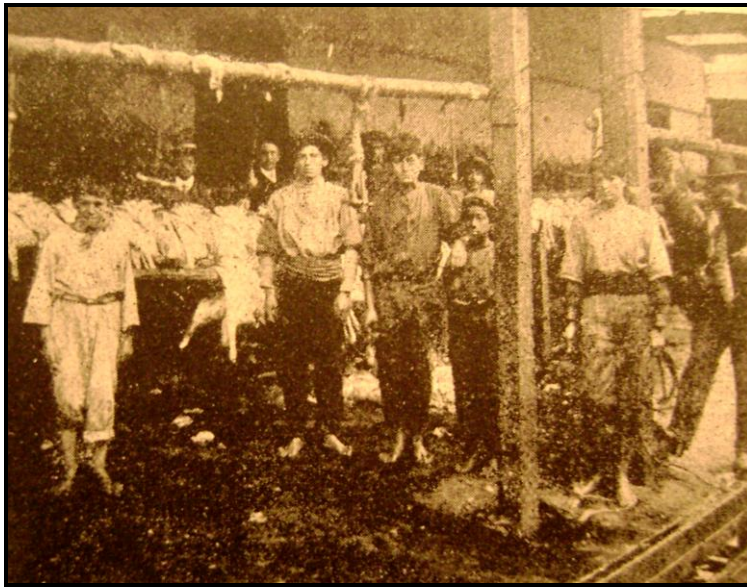
⁷⁴ Es lo que se hace con los puestos del mercado central y la Vega, según plantea Simón Castillo, *op. cit.* pág. 104

⁷⁵ “Matadero de Santiago”, *Sucesos* N° 363, 19 de agosto de 1909.

introducido, han sido aquí imitadas ni puestas en ejercicio, ni como ensayo, ni en forma alguna...”⁷⁶

“...Se ha publicado muchas veces la noticia de que luego se pondrá principio a la reinstalación y reforma de los servicios del matadero; pero siempre seguimos a la expectativa de esta resolución, que es de desear se adopte alguna vez, no sólo porque lo exige nuestra cultura, sino también la más rudimentaria civilización...”⁷⁷, y acompaña las siguientes imágenes:

Imagen 10



“Matarifes en obra” en *Una visita al Matadero*, *Sucesos*, N° 243, 3 de mayo de 1907

⁷⁶ Una visita al Matadero, *Sucesos*, N° 243, 3 de mayo de 1907

⁷⁷ Una visita al Matadero, *Sucesos*, N° 243, 3 de mayo de 1907

Imagen 11



“el trabajo terminado” en Una visita al Matadero, *Sucesos*, N° 243, 3 de mayo de 1907

En 1907 las imágenes 10 y 11 vuelven a mostrar y “visibilizar” el paupérrimo estado en que se encuentra el matadero, las malas condiciones de las canchas de matanza y lo vieja de las instalaciones, sin embargo, un elemento central es la descripción que se hace de la matanza en términos “naturales”, la cual puede ser relacionada con la noción de “barbaro” en la medida que es carente de las técnicas e innovaciones con las que se relaciona una forma moderna, civilizada y adecuada para la matanza de animales, introducidas en otros países.

Hacia 1909, se continúan señalando las malas condiciones en que se desarrolla la matanza de animales y la antigüedad de las instalaciones que albergan esta actividad, en una ciudad con aspiraciones de modernidad, como Santiago,

“...Cualquiera se imaginaría que el Matadero Público de la primera ciudad de la República, sería un establecimiento de primer orden, en el cual se observarían con toda estrictez los más elementales principios higiénicos. Desgraciadamente no es así: y mientras

no tengamos el Matadero Modelo, cuya realización no está lejana, será menester seguir con el actual...»⁷⁸

“...Hasta ahora nuestros mataderos cuentan con las instalaciones que se hicieron hace muchos años, sin que podamos decir que haya ciudad, siquiera de mediana importancia que los tenga instalados en las condiciones requeridas.”⁷⁹

“...El Matadero municipal de Santiago es uno de los más vetustos establecimientos de su género. Tiene más de 50 años de existencia y es, después de los mataderos de Napoleón, uno de los primeros erigidos en el mundo con la obligación de matar en él. Su explotación por la I. Municipalidad se hace desde el año 1868...”⁸⁰

Se insiste en la importancia de contar con instalaciones de última generación y las características que debieran tener éstas

“...La gran importancia que tiene para el país, el buen acondicionamiento y beneficio de las carnes muertas destinadas al consumo de los centros de población, se reflejan fielmente en los numerosos accidentes ocasionados por la mala calidad de la carne, que ocurren con frecuencia, en aquellas ciudades que no cuentan con un matadero montado con los adelantos que la higiene sanitaria exige. Un matadero debe estar situado algo retirado de las ciudades, de modo que pueda tener toda la extensión requerida por los diversos servicios, dotados de agua en abundancia, de las cámaras frigoríficas que son indispensables para la conservación de la carne, y de los servicios de policía sanitaria necesarios para impedir el beneficio de animales enfermos.

⁷⁸ El Matadero de Santiago, *Zig-Zag* N° 205, 23 de enero de 1909. Es importante precisar que la institución encargada de la inspección de las carnes y que se encuentran en buenas condiciones para su consumo fue “La Inspección Sanitaria del matadero de Santiago”, que se encargaba del análisis microscópico de todas las carnes para evitar que carnes enfermas fueran beneficiadas y llegaran al público. “Inspección Sanitaria del Matadero de Santiago”, *Zig-Zag*, N° 250, 4 de diciembre de 1909 La inspección Sanitaria del Matadero de Santiago.

⁷⁹ “Instalación de Mataderos”, *Sucesos* N° 346, 22 de abril de 1909

⁸⁰ “Matadero de Santiago”, *Sucesos* N° 363, 19 de agosto de 1909

En Europa, toda población mayor de 3.000 habitantes está obligada á mantener un matadero modelo; existiendo ordenanzas que prohíben, bajo severas multas, el expendio de carnes de otras proveniencias....”⁸¹

Y se reclama un recinto moderno para Santiago:

“...Es, pues, ya tiempo de dotar á la ciudad de Santiago de un Matadero que, calculado para una población de 500.000 habitantes, sea modelo en su género y satisfaga todas las exigencias que en materia de higiene requieren los institutos de esta naturaleza: que tenga abundante provisión de agua potable, corrales de encierra y canchas de matanza con suelo impermeable, útiles ó aparatos modernos que modifiquen el actual salvajismo de matanza; el desposte de los animales debe hacerse en condición más racional é higiénica...”⁸²

Se acompañan las siguientes instantáneas, una que ilustra cómo debiera ser un Matadero Modelo y otras que reflejan el arcaico estado del Matadero Público de Santiago:

Imagen 12



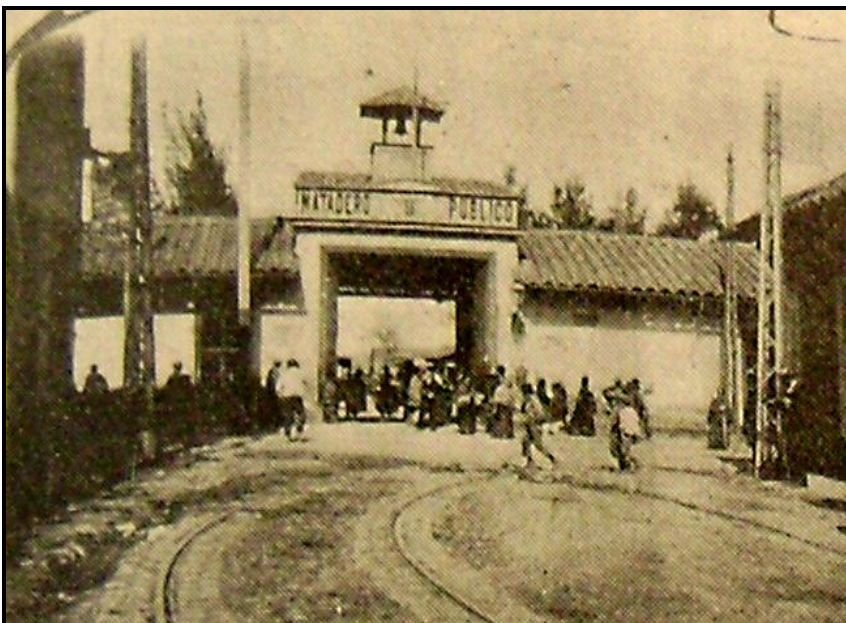
“Interior de un Matadero Modelo” en “Instalación de Mataderos”, *Sucesos* N° 346, 22 de abril de 1909⁸³

⁸¹ “Instalación de Mataderos”, *Sucesos* N° 346, 22 de abril de 1909

⁸² “Matadero de Santiago”, *Sucesos* N° 363, 19 de agosto de 1909

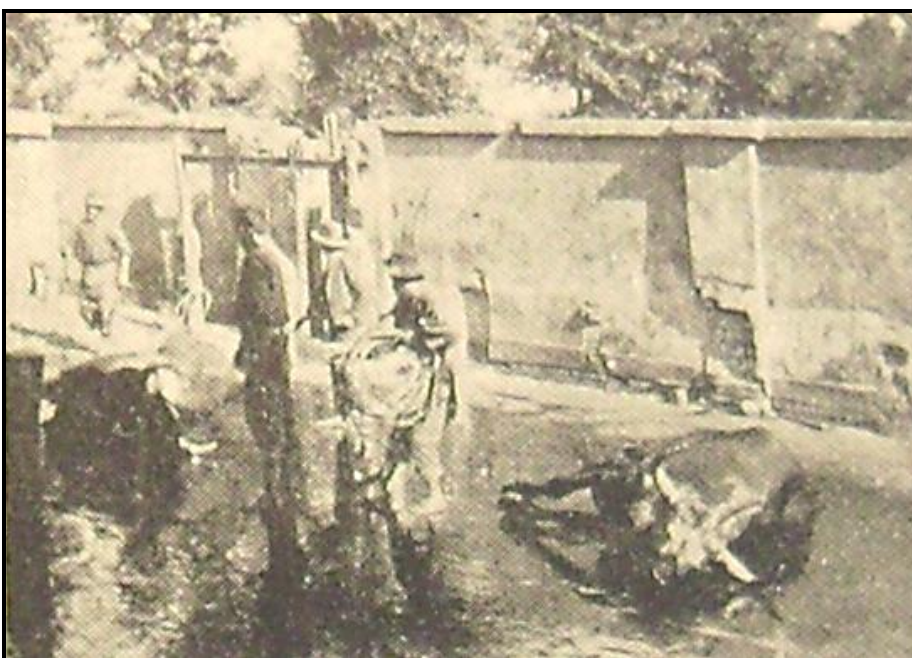
⁸³ La revista presenta la imagen de un matadero modelo como genérico, pero no dice de donde proviene esta imagen.

Imagen 13



En “Matadero de Santiago”, *Sucesos* N° 363, 19 de agosto de 1909

Imagen 14



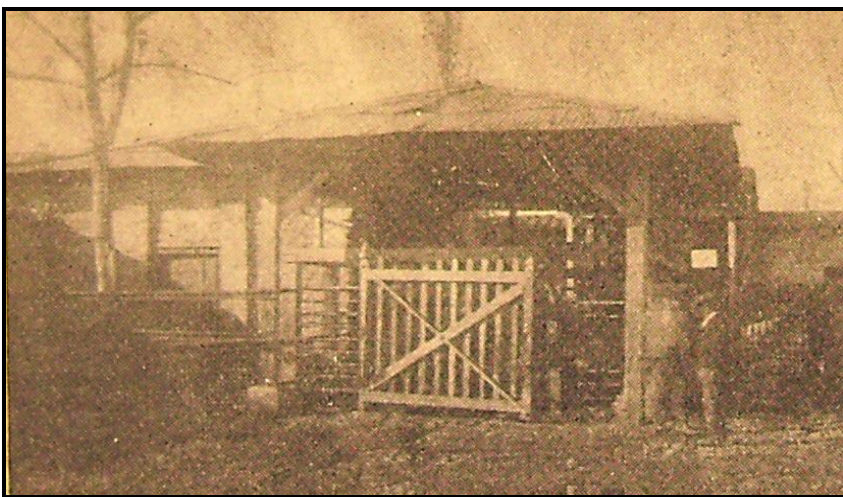
En “Matadero de Santiago”, *Sucesos* N° 363, 19 de agosto de 1909

Imagen 15



En “Matadero de Santiago”, *Sucesos* N° 363, 19 de agosto de 1909

Imagen 16



“Patio de la encierra y oficina de la romana de peso de los animales” en
“Matadero de Santiago”, *Sucesos* N° 363, 19 de agosto de 1909

En la imagen 13 se puede ver la fachada exterior del matadero, las imágenes 14, 15 y 16, nuevamente retratan las malas condiciones de la infraestructura del matadero, elocuente es la imagen 14, al mostrar cómo la matanza se produce prácticamente en el

suelo, o por lo menos en un lugar que no parece ser una cancha de matanzas, ni menos reunir las condiciones requeridas para el beneficio de los animales. La imagen 15 muestra los desperdicios de animales bajo los estrechos galpones. Todo ello grafica el discurso de las prácticas “al natural” que quieren ser modificadas, es decir, sin herramientas y espacios adecuados (higiénicos y actuales) así como lo “natural” de los sujetos: descalzos, en contacto con la sangre y las menudencias.

Sin embargo, hacia 1909, el debate por quien debiera hacerse cargo de la ejecución del proyecto continúa y son los locatarios, quienes frente a una nueva solicitud, esta vez hecha por el ex alcalde municipal don Juan Enrique Concha S. y don Aníbal Rodríguez (diputado), solicitan que sea la Municipalidad quien se haga cargo de la edificación del Matadero lo que sigue retrasando los trabajos.⁸⁴

“Los abasteros nos sentimos vivamente afectados en nuestros intereses por la sola enunciación de una medida, que esperamos no ha de encontrar acogida en la ilustre corporación; pues no podemos quedar expuestos á las exacciones de contratistas particulares, aguijoneados por el espíritu de ganancias abusivas, que podrían llegar hasta monopolizar el negocio de abasto. Diverso sería, y no tendríamos sino aplausos para el Municipio que emprendiera por su propia cuenta la reedificación del actual Matadero con arreglo á todos los adelantamientos modernos.”⁸⁵

⁸⁴ “Matadero Modelo”, *El Diario Ilustrado* N° 2641, 17 de agosto de 1909.

⁸⁵ “Matadero Modelo”, *El Diario Ilustrado* N° 2641, 17 de agosto de 1909. Es preciso señalar que para el caso de Valparaíso, el señor Luis E. Pellé consiguió la concesión del Matadero Municipal por 30 años, en el que se comprometió a invertir la suma de un millón doscientos mil pesos para construir un edificio el cual debía dotar de todos los servicios anexos y a terminar estos trabajo de edificación e instalación en dos años. A través de esta concesion Pellé se adjudicó el monopolio de la carne, siendo el único que tenía derecho a beneficiar animales. Esta es la preocupación que tienen los abasteros, temen que pueda ocurrir lo mismo en caso de entregarse la construcción del matadero de Santiago a una concesión, lo que trae consecuencias para todos los trabajadores que viven de la industria de la carne y para el público, que vería un aumento de los precios. “El Matadero Público”, *El Diario Ilustrado*, N° 2456, 1 de septiembre de 1909). También es importante recordar el conflicto que generó la huelga de la carne en 1905, provocada por el aumento del impuesto a la carne Argentina, que es recordada como uno de los hechos más violentos del período y que es un antecedente a la hora de considerar la posibilidad del aumento de precios. Sergio Grez Toso, “Una mirada al movimiento popular desde dos asonadas callejeras (Santiago, 1888-1905).” en *Revista de Estudios Históricos*, Santiago, Volumen 3, N° 1. Agosto de 2006. En línea URL: http://www.estudioshistoricos.uchile.cl/CDA/est_hist_impresion/0,1476,SCID%253D18809%2526ISID%253D650,00.html

Así, en 1912 se mantiene el conflicto, y el descontento se hace visible:

“...El Matadero Público Municipal debe ser uno de los establecimientos que la Municipalidad debiera atender con mayor esmero, ya que de su limpieza y comodidad depende en gran parte el mantenimiento de la salud pública; pero debido á la escasa acción alcaldicia hoy se encuentra en un abandono irritante, insoportable, que subleva; la grasa y la mugre imperan en sus murallas, postes y pisos. A este gran estado hay que agregar hoy día la destrucción del pavimento de asfalto en las canchas de matanzas, formándose hoyos y grietas donde se introduce la sangre de los animales y que con el calor se descompone produciendo un olor insoportable y lo que es más grave todavía infeccionando las carnes que caen á su contacto y llevando su infección á domicilio por intermedio de las carnicerías...”⁸⁶

Finalmente hacia 1912, luego de muchas críticas y solicitudes, comienza la construcción del tan ansiado Matadero Modelo:

“Inmensa satisfacción ha sentido nuestro Santiago, al ver iniciarse esta obra que tanto necesitaban y ansiaban los habitantes de la capital, ya que ella es una de las principales bases para que aquel artículo de primera necesidad que lleva, cuando no se le trata bajo rigurosas medidas higiénicas, gérmenes infecciones originarios en gran parte de las innumerables enfermedades que nos han acosado, vaya al público en excelentes condiciones.”⁸⁷

⁸⁶ “Estado de abandono y desaseo del Matadero Público”, *El Diario Ilustrado* N° 3568, 1 de agosto de 1912.

⁸⁷ “El matadero modelo”, *Zig-Zag* N° 386, 13 de julio de 1912.

Imagen 17

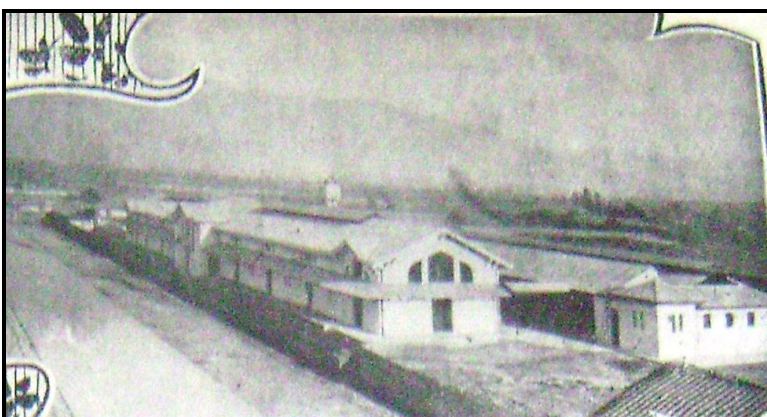


“Durante la colocación de la primera piedra” en “El matadero modelo”, *Zig-Zag* N° 386, 13 de julio de 1912.

Fue inaugurado hacia 1914, con modernas instalaciones: “Con toda solemnidad se verificó en la mañana del Domingo la inauguración oficial de la sección vacunos del Matadero Modelo de esta capital.”⁸⁸

“Durante esta inspección, el Exemo, señor Barros Luco, interpretando el sentimiento unánime de la comitiva, elogió la labor realizada por aquellos que dirigieron una obra llamada a prestar inapreciables beneficios al público de Santiago y dotada de todos los perfeccionamientos alcanzados por la (...) [ilegible] en las grandes metrópolis europeas.”⁸⁹

Imagen 18

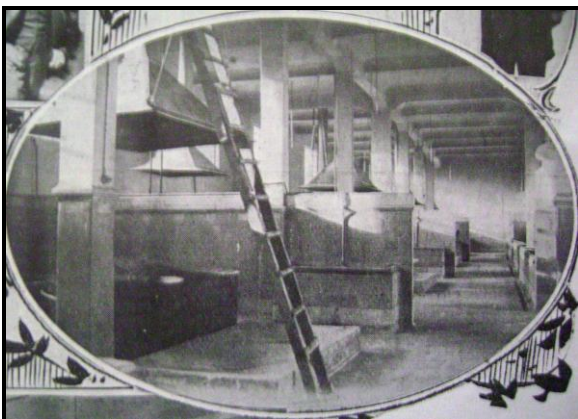


“Vista general” en “La inauguración del Matadero Modelo”, *Zig-Zag* N° 466, 24 de enero de 1914

⁸⁸ “La inauguración del Matadero Modelo”, *Zig-Zag* N° 466, 24 de enero de 1914

⁸⁹ “La inauguración del Matadero Modelo”, *Zig-Zag* N° 466, 24 de enero de 1914

Imagen 19



“Instalaciones” en “La inauguración del Matadero Modelo”, *Zig-Zag* N° 466, 24 de enero de 1914

Imagen 20



“La inauguración del Matadero Modelo”,
Zig-Zag N° 466, 24 de enero de 1914

Las imágenes 18, 19 y 20 ilustran las características de limpieza, orden y pulcritud que tanto se anheló y solicitó para el Matadero Santiago. A través de la larga discusión en torno a la reestructuración del matadero es posible observar como ésta apuntaba a plantear una forma adecuada del tratamiento de la carne, asociada a la higiene y la limpieza, y con ello buscaba plantear una idea de cómo debe ser en general el tratamiento de los alimentos, y las características que deben tener las instalaciones en las que se manipulan, características que ahora sí posee el matadero y que no sólo se enuncian de forma escrita, sino que se “ilustran” y muestran a través de las fotos, las cuales dan cuenta un espacio limpio, “higiénico” y ordenado, y de la introducción de una serie de elementos y técnicas

que permitirán alejar la matanza de animales de los métodos “naturales” y “barbaros” para convertirla a una forma “civilizada”.

2.3 De la Plaza a los Galpones de la Vega

Simón Castillo⁹⁰ plantea que el sector del Mapocho -entre la Cañadilla y Recoleta- desde muy antigua data fue una zona donde se instalaban feriantes y que, según Salazar, por ende fueron denominados “cañadas”, siguiendo la antigua tradición española.⁹¹

Como consecuencia del importante crecimiento demográfico producido hacia el último cuarto del siglo XIX, se habría producido un aumento de la población que habitaba la zona. Castillo plantea que la zona comercial asociada a la Vega del Mapocho se habría extendido hacia el norte hasta las manzanas de Antonia López de Bello y Dávila, e incluso hacia el poniente y el oriente⁹². Según el autor este lugar habría sido un foco atractivo para migrantes rurales que buscaban trabajo, por la posibilidad de desarrollar ocupaciones que les fueran afines o dominaran, sin embargo, esta concentración de personas habría influido en el desarrollo de viviendas baratas para obreros en el sector⁹³. En este contexto, los vendedores más humildes habrían solicitado colocar sus ventas en las riberas del Mapocho.⁹⁴

Castillo explica que, hacia 1896, algunos comerciantes de la Plaza de Vega habrían solicitado contribuir con un cierta suma para la construcción de un galpón en el lugar, solicitud que habría sido bien recibida por las autoridades de la época, de modo que después de breves observaciones se aprobó, pese a que significara transar ciertos intereses relacionados con la defensa económica y orden de la urbe, pero que, sin embargo, frente al contexto de crisis económica, era difícil negarse.

⁹⁰ Castillo, *op. cit.*

⁹¹ Gabriel Salazar, *Ferias Libres: espacio residual de soberanía*. Santiago, SUR, 2003, pág. 37

⁹² Castillo, *op. cit.* pág. 101

⁹³ *Ibíd.*

⁹⁴ *Ibíd.*

Los primeros años de constitución de la Vega fueron conflictivos por lo difícil que resultó establecer estrictamente sus límites. Sí era un hecho que el Galpón de la Plaza de la Vega era propiedad de la municipalidad⁹⁵, y que se ubicó en la ribera norte, entre los puentes de los carros y de los obeliscos (entrada a avenida La Paz). Sin embargo, su importancia parecía seguir siendo más cultural que netamente comercial: hacia 1897, el galpón de la Vega estaba tasado en 13.392 pesos, lejos del Mercado, avaluado en 783 mil pesos e incluso bastante menos que el depósito de carretones de calle Mapocho esquina Manuel Rodríguez, cuyo valor era de 22 mil pesos⁹⁶.

En 1900, el regidor Novoa visitó “la Plaza de la Vega, ubicada al lado norte del Mapocho, entre las calles de Loreto y Purísima” señalando que “aquel sitio era un inmenso e inhumano lodazal, a consecuencia de las lluvias y del enorme tráfico de carretas, vendedores ambulantes y de compradores”. Indicó además que “corre, a uno de los costados de esa plaza una acequia a tajo abierto, en donde hay dos letrinas, y con cuyas aguas lavaban los comerciantes del ramo las verduras”. Por ello, “con las últimas lluvias, el barro alcanza ahí un altura de 50 centímetros”.⁹⁷

El alcalde explicó al regidor Novoa que “los terrenos eran fiscales y que el Ministerio de Industrias los había arrendado al señor Aránguiz para el establecimiento en ellos de un galpón, debiendo el arrendatario empedrar toda la plaza y vías adyacentes”, cuestión que claramente el empresario no había efectuado⁹⁸

Hacia 1902 se decía de la Vega:

⁹⁵ Castillo llama la atención de que como propietario aparecía Agustín Gómez García, quien había sido Primer Alcalde desde mediados de 1902. No obstante, no logra dilucidar si Gómez García ocupaba el puesto de propietario por ser ya la Vega una “Feria Municipal” con participación de comerciantes privados de diversa influencia y donde los distintos Alcaldes eran responsables de ese cargo durante su mandato; o, por el contrario, porque aquel funcionario haya efectivamente comprado o arrendado los Galpones y simultáneamente realizara una tarea empresarial vinculada a su cargo público. Castillo, *op. cit.* pág. 107. Sin embargo, frente a esta disyuntiva es posible dilucidar que en realidad el señor Gómez García era efectivamente el dueño a través de una concesión, que termina hacia el año 1910 fecha en que se le ordena su entrega a la Municipalidad. “Entrega de los Galpones de la Vega”, Zig-Zag N° 256, 15 de enero de 1910.

⁹⁶ Castillo, *op. cit.* pág. 107

⁹⁷ *Ibíd.*

⁹⁸ *Ibíd.*

“...Hay en ellos almacenes de toda clase de menestras y provisiones, carnicerías, chancherías, pescaderías y cuanto artículo de consumo en verduras y frutos pueda necesitarse. La concurrencia mayor de gente es desde las 5 de la mañana hasta las 8, horas en que de toda la ciudad concurren a sus compras los comerciantes ambulantes, los proveedores de establecimientos públicos y los dueños de puestos en todos los mercados de la ciudad...”⁹⁹

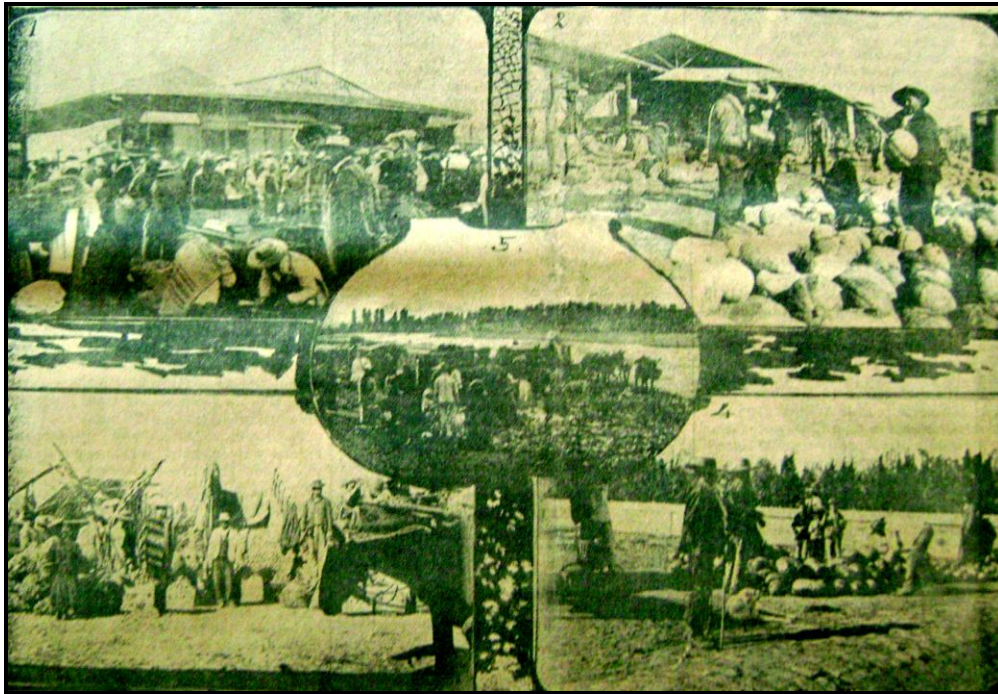
Castillo hace hincapié en el cambio de denominación, que ya habría sucedido hacia 1904: “...Hacia 1904, los ‘Galpones de la Vega’ –nótese el cambio en su denominación: de ‘Plaza’ a una tipología arquitectónica ya consolidada- aparecen en el citado Anuario integrando el rubro de ‘Mercados particulares’...”¹⁰⁰

En la imagen 21 podemos ver retratada “La vega” hacia 1902; en ella claramente se pueden apreciar las características del espacio, un sitio abierto, que en su gran mayoría carece de techo y donde los comerciantes parecieran instalarse sin orden alguno, en algún sitio que estuviera libre, desocupado y disponible, nuevamente aludiendo al carácter “natural” de que pareciera hacer gala el mundo popular.

⁹⁹ “La Vega”, *El Diario Ilustrado* N° 23, 23 de abril de 1902.

¹⁰⁰ Castillo, *op. cit.* pág. 107

Imagen 21



“La Vega”, *El Diario Ilustrado* N° 23, 23 de abril de 1902.

De esta forma, podemos apreciar, que desde sus inicios el desarrollo de la ‘Plaza de la Vega’ o los posteriores ‘Galpones de la Vega’, ocasionó conflictos a las autoridades por la forma poco planificada en que surgió, en la medida que se configura en un espacio que surge espontáneamente, difícil de controlar, desde sus límites, se convierte en un desafío al orden y la estructuración de la moderna ciudad de Santiago.

Hacia 1905 la revista *Sucesos* explica de la siguiente forma el surgimiento de los ‘Galpones de la Vega’:

“Pocos años después que la Municipalidad de Santiago prohibió el estacionamiento de carretas frente al Mercado, orden por cierto muy justa en atención á la estrechez del recinto y á la absoluta falta de limpieza que con aquel motivo se notaba, alguien pensó en la construcción de galpones, donde se encontrarán en mayor abundancia todos los productos agrícolas de los campos vecinos...”¹⁰¹

¹⁰¹ “Los Galpones de la Vega”, *Sucesos* N° 172, 8 de diciembre de 1905

Sin embargo, la referencia hacia ese espacio, parece estar necesariamente ligada a su desaseo, elemento que es imposible pasar por alto

“...Esos galpones, en un principio toscos y rústicos, fueron llamados “Los Galpones de la Vega,” que en el día equivale á decir, el sitio de mayor abundamiento en materia de verduras y granos. Y no sólo de verduras y granos, pues en esos galpones – lástima – tan desaseados, existen noticias, despachos, zapaterías, tiendas y... lo que nunca falta, la indispensable sanguijuela del pueblo: la agencia que da pingüe entrada á más de un español.”¹⁰²

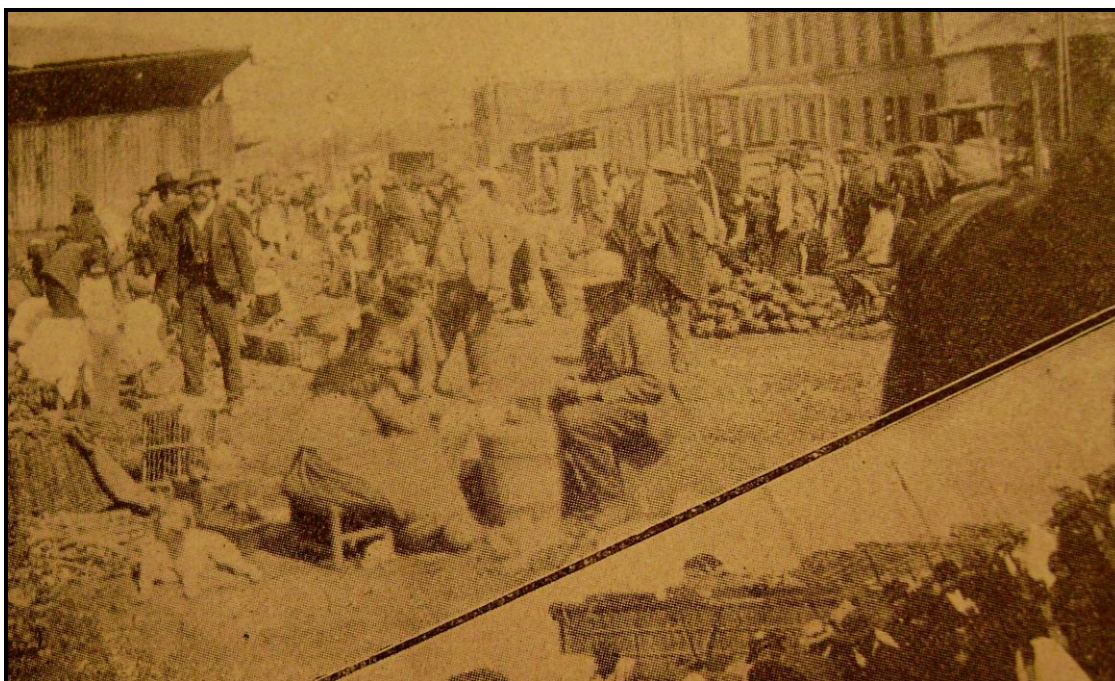
Imagen 22



“Los Galpones de la Vega”, *Sucesos* N° 172, 8 de diciembre de 1905.

¹⁰² “Los Galpones de la Vega”, *Sucesos* N° 172, 8 de diciembre de 1905

Imagen 23



“Los Galpones de la Vega”, *Sucesos* N° 172, 8 de diciembre de 1905.

Las imágenes 22 y 23 corresponden al año 1905 y fueron publicadas por la revista *Sucesos*, ellas reflejan precisamente este desorden al que se alude en el artículo que acompañan¹⁰³, en la imagen 22 podemos apreciar la llegada e instalación de carretas de forma “no” planificada en el espacio, y el desarrollo de las ventas in situ, las personas que recorren las carretas, con canastos en los brazos eligiendo los productos que desean comprar. La imagen 23 retrata el desorden que se produce en el lugar, “puestos” que parecieran estar instalados sin ningún orden lógico, y alrededor de los cuales circulan las personas.

¹⁰³ “Los Galpones de la Vega”, *Sucesos* N° 172, 8 de diciembre de 1905.

Imagen 24



“Los Galpones de la Vega”, *Sucesos* N° 345, 15 de abril de 1909

Imagen 25



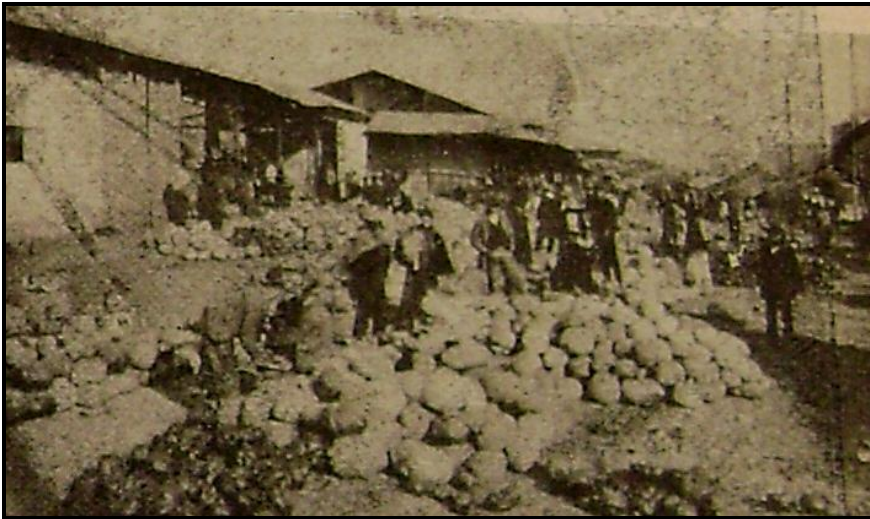
“Los Galpones de la Vega”, *Sucesos* N° 345, 15 de abril de 1909

Imagen 26



“Los Galpones de la Vega”, *Sucesos* N° 345, 15 de abril de 1909

Imagen 27



“Los Galpones de la Vega”, *Sucesos* N° 345, 15 de abril de 1909

Imagen 28



“Los Galpones de la Vega”, *Sucesos* N° 345, 15 de abril de 1909

Imagen 29



“Los Galpones de la Vega”, *Sucesos* N° 345, 15 de abril de 1909

Las imágenes 24, 25, 26, 27, 28 y 29 fueron publicadas en 1909, también por la revista *sucesos*, y el artículo al que acompañan, da cuenta del conocimiento que tiene la población del lugar:

“Ya el público santiaguino, y sobre todo las dueñas de casa, saben lo que son los galpones de la Vega, (...) Allí va todo el que quiere aprovisionar su casa a precio módico. El regateo es el alma de esos negocios verduleros al aire libre...”¹⁰⁴

Y en una cita de las típicas frases que se escuchan en el lugar se da cuenta de la multiplicidad de actividades que se desarrollan:

“A ustedé, ñor cura, que le gusta lo güeno! –Apesta ya con el esayuno, si no tiene café náa!... pa mí que son porotos molíos... -Aquí hay melones como caballo, lo que fartan son

¹⁰⁴ Los Galpones de la Vega”, *Sucesos* N°345, 15 de abril de 1909

compraeros –Los zapallos llegan a estar varaos!... _Cochayuyo apollillao, porortos y tomates maúros, patrón! –Estoy acachao con esta friolera de melones. –Con tantísimo perioístas, cómo no han de estar a montones las “papas”!”¹⁰⁵

Las ventas de una serie de productos del campo, acompañados por las “cocinerías” que parecieran habitar cualquier espacio de aglomeración de personas. Y para finalizar, no sin antes notar lo “curioso” que resulta el espacio se dejan las imágenes que debieran “hablar por si mismas”.

Sin embargo, las fotografías parecieran dar cuenta de lo caótico del espacio. En las imágenes 24, 26 y 29 se aprecia la instalación de carretas a “diestra y siniestra”, y la venta de productos desde ellas misma, la imagen 25 muestra la instalación de un puesto que pareciera ser de alimentos preparados, muy cercano a las mismas carretas donde se produce la venta de productos agrícolas, y las imágenes 27 y 28 nos vuelven a mostrar la poca organización y falta de lógica que pareciera tener instalación de puestos al interior de la Vega. Todas estas “tomas” de alguna forma buscan reflejar esta imagen de desorden, relacionada con la forma “natural” y en este sentido “bárbara” con que se desarrolla la venta de productos en este espacio y que definitivamente se contraponen al ideal moderno.

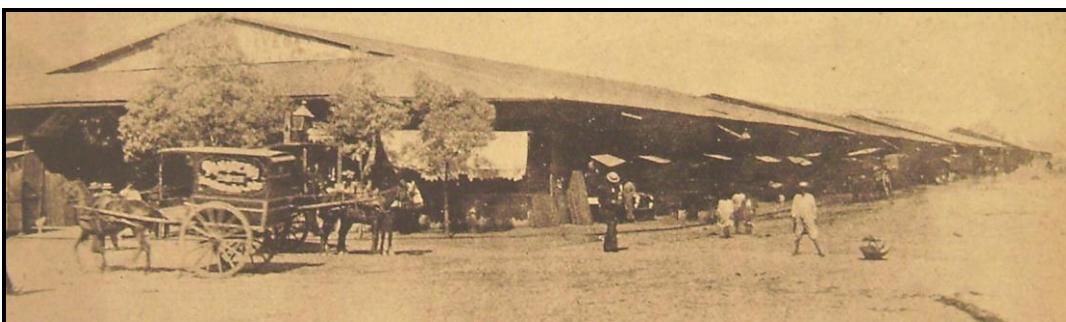
Finalmente, en enero de 1910, se resuelve que el señor Gómez García ‘propietario accidental de los Galpones’, haga entrega de éstos a “...la autoridad competente, por considerar que la concesión de los terrenos, hecha sólo por ocho años, ha terminado ya...”¹⁰⁶, Y “...por disposición del Supremo Gobierno se procede a clausurar el establecimiento, tomando posesión el fisco de los terrenos y edificios...”¹⁰⁷

¹⁰⁵ Los Galpones de la Vega”, *Sucesos* N°345, 15 de abril de 1909

¹⁰⁶ “Entrega de los Galpones de la Vega”, *Zig-Zag* N° 256, 15 de enero de 1910.

¹⁰⁷ “En los Galpones de la Vega”, *Sucesos* N° 384, 13 de enero de 1910

Imagen 30:



“Vista general de los galpones de la vega” en “Entrega de los Galpones de la Vega”, *Zig-Zag* N° 256, 15 de enero de 1910.

Imagen 31:



“Grupo de curiosos momentos antes de la clausura” en “Entrega de los Galpones de la Vega”, *Zig-Zag* N° 256, 15 de enero de 1910.

Y en febrero del mismo año se procede a su reinauguración¹⁰⁸, con un pomposo almuerzo, en las remozadas instalaciones, que desde ahora estarán al alero de la autoridad municipal, que se hará cargo en adelante.

Imagen 32:

¹⁰⁸ “La Vega Central”, *Zig-Zag* N° 259, 5 de febrero de 1910



“Aspecto general del gran galpón de la vega central” en “La Vega Central”, *Zig-Zag* N° 259, 5 de febrero de 1910.

En contraposición con las imágenes que se han expuesto hasta aquí de lo que eran los “Galpones de la Vega” esta imagen viene a mostrar lo que debieran ser, la forma ordenada en hileras que poseen los puestos, dentro de una estructura limpia y ordenada, apuntando a generar una imagen de la forma “correcta” de desempeñar la actividad comercial.

2.4 Las mejoras en el Mercado central

El Mercado Central también fue objeto del celo modernizador, de modo que la ejecución de trabajos para mejorarlo no se hizo esperar, hacia 1904 se publicaba la siguiente noticia sobre los trabajos que en él se realizan:

“El Director de Obras Municipales don Ventura Piedrabuena visitó ayer el Mercado Central para imponerse del estado actual de los trabajos que en este Mercado se hacen.

Dichos trabajos están ya para ser terminados: todos los almacenes han quedado establecidos junto á las murallas en vez del centro, como estaban antes. Todo el piso interior del Mercado ha sido renovado por completo, como asimismo se han cambiado de su local antiguo todos los puestos de verduras, frutas, refrescos, etc., etc., Con estos trabajos el interior del Mercado ha quedado completamente transformado y presenta mucho mejor aspecto que antes. A lo dicho hay que agregar que será iluminado con luz eléctrica.”¹⁰⁹

En 1906, se hacía la siguiente acotación, sobre los trabajos que era necesario realizar, para mantener en buen estado las instalaciones:

“...Ayer en la tarde, visitó el primer Alcalde el edificio del Mercado Central y pudo imponerse de las modificaciones que son menester introducir.

Es urgente hacer arreglar el desagüe que tiene el Mercado y que da al río Mapocho. Un Ingeniero de la Dirección de Obras Municipales se encargará de este trabajo.

El asfalto y el pavimento de adoquín será arreglado convenientemente.

Los focos eléctricos, que aún no han sido colocados, serán puestos en breve.

Se establecerá con mejor vigilancia el servicio diurno y nocturno de guardianes, cambiando el personal actual.

Por último, las basuras del Mercado serán depositadas en tarros hechos á propósito para cambiarlos por canastos, como antiguamente se hacía...”¹¹⁰

Sin embargo, las críticas por sus precarias condiciones y los llamados de atención hacia su persistente fiscalización y mejora fueron una constante:

“Desde hace tiempo que el Mercado Central ha estado muy abandonado.

El miembro de la Comisión de Mataderos y Mercados, regidor don Guillermo Figueroa, ha hecho en estos días diversas visitas al Mercado Central, y ha podido comprobar que en este Mercado no se observa en absoluto las reglas de higiene y aseo. Se

¹⁰⁹ “El Mercado Central”, *El Diario Ilustrado*, N° 871, 23 de agosto de 1904.

¹¹⁰ “Mercado Central”, *El Diario Ilustrado*, N° 1443, 28 de marzo de 1906

ve también que es menester emprender varios trabajos de importancia y de suma necesidad.”¹¹¹ Incluso se presenta un proyecto para destruir el Mercado y construirlo en otro lugar¹¹², sin embargo, la iniciativa no prospera.

Imagen 33



“El mercado frente al Mapocho” en “En el mercado”, *Sucesos* N° 170, 24 de noviembre de 1905

Acá es posible apreciar la crítica a un espacio que si bien surge de forma planificada, el paso del tiempo y el deterioro de las instalaciones –al igual como que ocurrió con el Matadero Municipal- llaman a reestructurarlo al son de lo moderno, no es posible que un espacio tan importante se aleje tanto de los principios de orden e higiene, que se busca plasmar en otros espacios, como se analizó para el caso de la Lechería Central, el Matadero y los Galpones de la Vega. De modo que aunque no es posible ver una iniciativa concreta que apunte a la reestructuración completa del espacio, más que en el esbozo de un proyecto que fue rechazado, es posible apreciar cómo se insiste constantemente, a través de la

¹¹¹ “Mercado Central”, *El Diario Ilustrado*, N° 1660, 17 de noviembre 1906

¹¹² La discusión sobre el tema se puede seguir a en los siguientes números: “La demolición del Mercado Central” *El Diario Ilustrado*, N° 3603, 25 de junio de 1912, “El Mercado Central”, *El Diario Ilustrado*, N° 3605, 27 de junio de 1912, “El Mercado”, *El Diario Ilustrado* N° 3607, 29 de junio de 1912, “El Mercado Central”, *El Diario Ilustrado* N° 3608, 30 de junio de 1912, “El Mercado”, *El Diario Ilustrado* N° 3608, 30 de junio de 1912 y “Siempre el Mercado”, *El Diario Ilustrado* N° 3610, 2 de julio de 1912, la prensa insiste en cuestionar el real propósito de destruir el Mercado para construir otro, plantea que los intereses de quienes presentaron el proyecto (dueños de otros mercados) es favorecer sus propios negocios, y no un real aporte a la sociedad, aunque si se reconoce las malas condiciones en que se encuentra el mercado, pero se propone que si se abrieran propuestas públicas para la construcción de un nuevo mercado la idea si debiera prosperar y todo sería mucho más transparente.

prensa, en la importancia de mantenerlo en buenas condiciones y el estado de las obras que apuntan hacia ese fin.

De esta forma, en este apartado es posible apreciar los esfuerzos por mejorar la estructura de las instalaciones destinadas al abastecimiento. En las múltiples discusiones se visualiza claramente la crítica a las antiguas instalaciones, descritas como sucias, desordenadas, poco higiénicas, y que son expuestas, a través de las imágenes, como espacios donde “lo natural” prima y en este sentido mucho más cercano a lo “bárbaro” en opuesta relación con las aspiraciones modernas, que anhela convertirlos en espacios que sean “modelos” en su tipo, donde se imponga la higiene, el orden y que den cuenta de un espacio civilizado “dominado” por el hombre, en consonancia con los proyectos de reforma urbana que apuntan a transformar la estructura urbana al ideal modernizador.

CAPITULO III. COMERCIO POPULAR DESDE LA MIRADA DE LA PRENSA: SU “NO” LUGAR EN EL ESPACIO MODERNO.

1.0 Historia del comercio popular: la batalla eterna

Es imposible pasar por alto que el comercio popular existe desde mucho antes del periodo que ha sido analizado para este trabajo, de hecho es posible apreciar cómo desde la época colonial se viene desarrollando en una ya conflictiva relación con las autoridades, por diversas razones: porque se salen del orden establecido, escapan de los mecanismos de control y opresión del bajo pueblo, generan desorden, etc...

En Chile, en distintos momentos de la historia se han dado grandes batallas contra el comercio popular, por ejemplo, la lucha moral que se desarrolló durante la colonia contra las pulperas y bodegonas, que podemos identificar como uno de los primeros (des)encuentros entre ‘comerciantes populares’ y la elite dominante. Con respecto a eso Leonardo León señala:

“...la formulación y publicación del bando de 1763 buscaba desarticular las redes sociales que surgían en torno a las pulperas, porque se creía que sus regentas eran capaces de arrastrar a muchos y, quizás, en los momentos de crisis, a todo el populacho de la ciudad. La persecución se justificaba en el plano de la ética y la moral, pero su decodificación adquiere sentido solamente en el mundo de la estrategia política. ¿Quién podía en esos momentos afirmar que las pulperas no podían llegar a ser líderes de la siempre temida insurrección social? Como bien señala Leyla Flores: “Alrededor de las pulperas se construyeron diversas redes sociales, dentro de las cuales las reciprocidades o solidaridades entre mujeres fueron indispensables, tanto para la sobrevivencia mutua, como para la formación de un espacio atractivo para el encuentro con la masculinidad del bajo pueblo”¹¹³ Las pulperas representaban el renacimiento de viejas pesadillas, eran el signo

¹¹³ Leyla Flores Morales, *Las mujeres y las purpurarias: una experiencia de subversión femenina en Santiago, Valparaíso y el norte Chico, 1750-1830*. Tesis para optar al grado de Magister Artium con mención en Historia de Chile, Santiago, Universidad de Santiago, 1998. pág. 78.

más visible de que la vida continuaba, autónoma y alegre, en los arrabales, más allá del espacio cuadrículado que los hombres de orden asignaban a la ciudad..”¹¹⁴

Mas Tarde, la lucha se desarrolló contra el comercio regatón, que inundó la ciudad hacia finales del siglo XIX. Salazar¹¹⁵ explica que desde el período colonial las autoridades no supieron como tratar el problema, hacia 1767 se les asignó un régimen de excepción (no eran comerciantes por ser informales, insignificantes, y pobres), pero pocos años después, en 1773, las autoridades decidieron aplicarles tarifas y contribuciones, formalización que significó que en poco tiempo los regatones que se habían instalado fuera de la plaza de abasto casi duplicaran a los comerciantes que pagaban patente y trabajaban dentro de ella, y los que vendían artesanías y ‘otras baratijas’, imitando a los otros, instalaran sus ventas en cualquier sitio público¹¹⁶. Así, la rápida propagación de los baratillos habría confundido a las autoridades que sólo habrían atinado a relocalizarlos en sitios que les parecieron más apropiados, intentando mantener el orden y la higiene pública y tratando de contentar a los comerciantes establecidos. Hacia 1830, pese a que sus contribuciones al ingreso municipal eran importantes, se decidió expulsarlos de la ciudad, medida que finalmente fue replegada, permitiendo la contraofensiva regatonal que terminó con su dominio casi completo sobre el comercio de abasto de las ciudades. En este contexto, los regatones terminaron organizando sus propias “Recobas Públicas” donde los tenedores de “puestos” no pagaban ninguna contribución, lo que implicaba una competencia para los mercados (Donde sí se pagaba). Se les ordenó desalojarlos, pero no fue posible porque estaban ‘puertas adentro’. De modo que después de 1850 las autoridades comprendieron que no podían mantener una plaza de abasto con ventajas monopólicas y decidieron reconocer varias plazas de abasto. Hacia 1870 Se produjo una explosión demográfica de baratilleros, lo que habría llevado a las autoridades a tratar de controlarlos concentrando a todos los regatones y faltos en varias

¹¹⁴ Leonardo León, “Elite y bajo pueblo durante el periodo colonial: la guerra contra las pulperas en Santiago de Chile, 1763”, en *Monografías de cuadernos de Historia N° 1*, Santiago, Universidad de Chile, 2000. pág. 108-109

¹¹⁵ Gabriel Salazar Vergara, “Empresariado popular e industrialización: la guerrilla de los mercaderes (Chile, 1830-1885)” en *Proposiciones*, Santiago, n° 20, 1991. pág. 60 a 64. También, Salazar, *Labradores, peones...*; Cristina Moyano, *Los vendedores ambulantes en la ciudad horrorizada: el eterno pregón. Santiago 1850-1880. Cambios en la identidad popular*, Memoria de grado para optar al título de Licenciada en Educación en Historia y Geografía, Santiago, Universidad de Santiago de Chile, 2000

¹¹⁶ Estos eran los llamados “Caxoneros”; una aglomeración de caxoneros formaba una pequeña feria libre, una suerte de ‘mercado de los pulgas’, que se denominaron “baratillos”

‘reducciones’. Sin embargo, el problema de cómo organizar este comercio popular, que escapa a la organización municipal, que desordena el paisaje, no se ajusta a las reglas y produce otra serie de malestares se mantiene vigente llegado el siglo XX.

Hacia principios del siglo XX, en un intento por salvar la ciudad del abundante comercio popular que inundaba sus calles, se pone en marcha una nueva estrategia: la implementación de ferias libres, estrategia que según Salazar habría estado relacionada además con un esfuerzo por disminuir los precios de los productos, que habrían sufrido un constante aumento a principios del siglo XX. Según la opinión pública de la época, este aumento de precios, se debía a los ‘derechos’ que tenían que pagar productores e intermediarios para negociarlos en el Mercado Municipal o en la Vega Central; a las grandes distancias que necesitaban cubrir los compradores y revendedores (que implicaba gasto en transporte), y la especulación de los bolicheros y los regatones¹¹⁷. Así, mientras las autoridades insistían en proteger y privilegiar los establecimientos municipales o los particulares supervisados estrechamente por el municipio (El Mercado Central, La Vega Central y el Matadero Municipal) las marejadas regatonales ganaban la batalla comercial por el territorio urbano restante (que era casi toda la ciudad). De este modo, hacia 1910 se hizo evidente que había que descentralizar la red de abastecimiento de la capital, creando por un lado múltiples mercados municipales, y por el otro múltiples y autorizadas ‘ferias libres’ con lo que se buscaba racionalizar el conjunto de las redes de abasto y controlar el nivel de precios.

A partir de 1915 se habría dado inicio a la instalación de ferias libres planificadas en la ciudad de Santiago, iniciativa que desde un principio habría generado opiniones encontradas y críticas, que las hicieron ir y venir en un juego de permisos y prohibiciones con respecto a su instalación que habría durado varias décadas, hasta que en 1954 definitivamente se ganaron un espacio en las calles de la ciudad.¹¹⁸ Aunque las críticas no habrían cesado, ni cesan hasta el día de hoy y las razones son múltiples: su ubicación, la

¹¹⁷ Gabriel Salazar, *Ferias Libres...* págs. 76-77

¹¹⁸ *Ibíd.* Págs. 83-84.

molestia que generan a los vecinos, la suciedad que dejan en las calles, la falta de medidas higiénicas, el ser un espacio propicio para el brote de enfermedades, etc.¹¹⁹

De esta forma, en pleno siglo XXI, el conflicto con las ferias libres continúa vigente, y en el año 2002, cuando la municipalidad de El Bosque decide desalojar de la calle a una feria libre que ha funcionado en el mismo lugar durante más de 30 años y sus locatarios se resisten a la medida, se reavivan los conflictos que se arrastran del periodo colonial, el desorden que provoca la ocupación de las calles, la falta de orden y su relación con el delito, aparecen como argumentos válidos para terminar con ellas.¹²⁰,

2.0 El comercio popular en la ciudad moderna de principios del siglo XX

Frente al escenario de modernización, por supuesto las ventas populares aparecían como una piedra en el zapato del progreso, de esta forma, las quejas hacia el comercio popular fueron constantes y por razones diversas; porque estorban el libre tránsito en las calles, por los malos olores que despiden o porque son un desacierto en el paisaje de ciudad moderna que quiere proyectar la capital, etc.

Las ventas al menudeo y en las calles se desarrollaron en muchas zonas de Santiago, sin embargo, especialmente en los lugares que fueron foco de concentración de personas, como lo explica la siguiente cita:

“...existe hoy día gran número de ventas que ocupan la vía pública puestos de comestibles, preparaciones de masas, frutas y otros, en casuchas y al aire libre; que dichas ventas se aglomeran, como es natural, en los puntos en que hay más concurrencia...”¹²¹

En este sentido, los alrededores de los centros de abastecimiento y lugares de mucha concurrencia de público, se configuraron en espacios atractivos para su desarrollo. En el

¹¹⁹ Isidora López. *Las ferias libres de Santiago*. Memoria de prueba para optar al Título de Profesora de Estado en la asignatura de Historia y Geografía y educación Cívica. Santiago: Universidad de Chile, 1955.

¹²⁰ Anicia Muñoz, “Soberanía e identidad popular: sociabilidad en las ferias libres de la comuna de El Bosque en la segunda mitad del siglo XX”, en *Anuario de Pregrado*, Santiago, Vol.1, 2004.

¹²¹ “Ventas en la vía pública”, *El Diario Ilustrado*, N° 375, 15 de abril de 1903 edi 021, 1903

Matadero Público, por ejemplo, como ya se analizó, se realizaban ventas de todo tipo. Otros espacios fueron las estaciones de trenes¹²², e incluso a las afueras del cementerio.¹²³ Sin embargo, un espacio importante para el desarrollo comercial fue el barrio del Mapocho y sus alrededores (la calle Puente, o las riberas del río Mapocho –Norte y Sur). Es importante recordar que en esa zona se encontraban ubicados el Mercado Central y los Galpones de la Vega, lo que la convertía en un punto atractivo para vendedores populares, que veían la posibilidad de insertarse en el circuito comercial transando sus productos al abundante público que visitaba a diario esos mercados.

Esta situación, ocasionó una serie de problemas, principalmente en el Mercado central, donde desde muy larga data se mantenían conflictos entre los locatarios establecidos, y los vendedores ambulantes que pululaban en sus alrededores, por el pago de contribuciones de unos y no de otros.

Hacia 1897 en la memoria presentada a la Ilustre municipalidad el Sr Alcalde don Nicanor Moreno:

“... Tomando en cuenta los repetidos reclamos de los comerciantes del Mercado central por las ventas que sin pagar arrendamiento se sitúan a inmediaciones del edificio, en la vía pública, la alcaldía ha concedido permiso a estos últimos para que se coloquen al lado norte del Canal del Mapocho de modo que medie una cuadra a lo menos entre vendedores ambulantes y los del interior del Mercado; pues una competencia tan ventajosa sería ruinosa para estos últimos y perjudicial para los intereses municipales”¹²⁴

Si se considera que como Plantea Castillo, el arriendo de los almacenes y puestos del Mercado era una importante fuente de ingresos municipales, la separación entre el

¹²² “Las ventas en las estaciones”, *Sucesos*, N° 544, 6 de febrero de 1913

¹²³ “Pequeñas Industrias”, *El Diario Ilustrado*, N° 944, 6 de noviembre de 1904 edi 056, 1904

¹²⁴ Citado de Simón Castillo pág. 103, en “mataderos y mercados”, en “Memoria presentada a la Ilustre Municipalidad por el Sr Alcalde don Nicanor Moreno”. Santiago, 15/4/1897. en Boletín de Actas y Documentos de la Ilustre Municipalidad de Santiago. Año 1897. Tomo noveno, imprenta Barcelona, Santiago, 1897, p.1127

Mercado y los ambulantes no era para nada descabellada para los regidores, además que era una problemática que se remontaba a la época colonial.¹²⁵

Sin embargo, veremos que pese a los reclamos el problema continúa hacia 1903:

“...El señor intendente ha pasado á la Alcaldía la siguiente nota, acerca de las ventas alrededor del Mercado Central:

Encontrando muy justificada las observaciones hechas por US. En su nota núm. 264 de 3 del presente, y aunque los negocios á que ella se refiere están establecidos en terrenos de propiedad fiscal, se han dado las órdenes del caso para suspender todos los permisos concedidos del Mapocho, exceptuando sólo la garita del la Empresa de Tracción Eléctrica...”¹²⁶

Y en 1905:

“Los comerciantes del mercado Central y de los galpones de zapatería han presentado una solicitud á la Alcaldía, en la que piden se ordene el retiro de los comerciantes ambulantes que se sitúan en los alrededores de ese mercado; pues al mismo tiempo que obstaculizan el tráfico los perjudican en sus negocios. Hacen extensivo el reclamo al kiosco que últimamente se ha ubicado al lado sur del Mapocho en la esquina del puente de los carros...”¹²⁷

Es importante comprender este conflicto, en la perspectiva de esta investigación, mucho más allá de un conflicto de interés económico, como un problema de índole cultural. Como ya fue analizado, el Mercado Central, pese a ser un espacio en conflicto es uno de estos lugares que se busca convertir en moderno, a través de una serie de obras de mejoras

¹²⁵ Castillo pág. 104, En 1767 el Cabildo afirmó que “no han de ser comprendidos por vendedores todos aquellos que callejean y pregonen sus efectos por las calles”, mientras ya en la época republicana (1823) la misma institución indicó que “a solicitud de los tenderos de debajo de los portales, fueron quitados de allí los caxoneros y mercachifles, y trasladados a la Plazuela de la Compañía, donde no pudieron situarse, unas veces por el sol, otras por el agua, y a veces por el viento; adoptaron muchos el medio de destinarse a faltes, vendiendo por las calles”. Cit. por Salazar, *Labradores, peones y proletarios, op. cit.*, pp. 245-246.

¹²⁶ “Ventas alrededor del Mercado Central”, *El Diario Ilustrado*, N° 607, 6 de diciembre de 1903

¹²⁷ “Los comerciantes del Mercado Central”, *El Diario Ilustrado*, N° 1077, 21 de marzo de 1905

que apunten a insertarlo dentro de los cánones de la concepción moderna, que busca instalar una forma “correcta” de realizar la actividad comercial, asociada con el orden, la limpieza y la higiene. Este es un espacio que aspira a instalarse como un lugar legítimo para el desarrollo de la actividad comercial, sin embargo, muy lejos de esto, los comerciantes que pululan en sus alrededores además de no ser parte de este ideal modernizador, porque desarrollan la actividad comercial de forma desordenada y reñida con las mínimas reglas de higiene, ponen en riesgo la legitimidad del propio Mercado Central como un espacio para venta de productos, en la medida que se configuran como una posibilidad para el desarrollo de la actividad comercial, que se instala fuera de los márgenes de lo “aceptado” por el ideal moderno, que físicamente se ubica contiguo al proyecto que aspira a instalar el discurso modernizador (en sus alrededores) , y que en la práctica se presenta como una opción válida para compradores (por sus menores precios) pone en entredicho la legitimidad del espacio establecido para la venta de productos ¿Qué lógica tiene instalarse dentro del mercado, realizando la actividad comercial de forma adecuada, si fuera de él, la actividad se desarrolla sin grandes dificultades y es más rentable?

Sobre las ventas callejeras la prensa de la época elaborara una serie de artículos, en los que centrará su crítica en la benevolencia de las autoridades y en la importancia del orden:

“La costumbre de hacer de la calle sitio de ventas es antiquísima, allá por el año 50, todavía se vendían zapatos en el centro de la Plaza de Armas, y tortillas y *causeos* en todas las esquinas. Nuestra Alcaldía mira con ojo benévolo esas ventas...”¹²⁸

Se enarbola la bandera del progreso, para justificar la molestia por el desarrollo de este tipo de comercio:

“...Acaso piensa que es *progreso* si se considera que hace menos de medio siglo, en plena plaza un ciudadano se vestía de nuevo y dejaba lo viejo tirado por los suelos, y nuestros padres se enredaban en calzones y tropezaban en chancletas frente á la

¹²⁸ “Las Ventas Callejeras”, *El Diario Ilustrado*, N° 1095, 7 de abril de 1905

intendencia. Algo hemos *progresado*; pero ¿no sería mejor que no hubiera ventas en la calle? Algunos bien intencionados han construido kioscos para ventas de periódicos; pero la Alcaldía les hace ruines competencia concediendo gratis el uso de las aceras, que parecían destinadas al tránsito de público. Y ahí están los kioscos abandonados...”¹²⁹

Este progreso asociado a los conceptos de orden, limpieza y decencia, se distancia de todo lo que en sí conlleva el comercio popular, y que por realizarse precisamente en las calles, destinadas al tránsito público, exponen a los que por ellas transitan a este desagradable espectáculo:

“...¿Qué inconveniente hay en que esa buena señora venda sus tortillas y pan de dulce en un elegante kiosko? Ganarían la *decencia y el ornato*. Agreguemos todavía que esas mujeres viven con sus hijos en la calle, en una viciosa holgazanería; que ahí comen, bebe y descomen; que los chicos *ni son aseados* ni tienen servicio interior de casa para lo que les ocurra, etc., y que los viandantes se ven precisados á ver, oler y palpar, cosas que en sus propios hijos les disgustaría...”¹³⁰

Y lo peor es que este mal pareciera ir en aumento:

“Y el mal cunde. Hay ya docenas de mujeres y hombres que venden tortillas y fiambres en las calles; que hacen de los asientos de la Alameda unos comedores indecentes; que ensucian el pavimento, que duermen en el suelo, que hacen fogatas para calentarse, etc., etc. (...)¿O será que el amor á la mugre, es también virtud nacional?...”¹³¹

La multiplicidad de posibilidades que ofrece el desarrollo de actividades comerciales populares es muy variada, y cada cual parece ofender más el orden, la limpieza y el progreso

¹²⁹ “Las Ventas Callejeras”, *El Diario Ilustrado*, N° 1095, 7 de abril de 1905

¹³⁰ “Las Ventas Callejeras”, *El Diario Ilustrado*, N° 1095, 7 de abril de 1905

¹³¹ “Las Ventas Callejeras”, *El Diario Ilustrado*, N° 1095, 7 de abril de 1905

“...en gran número de esquinas hay *fritangas de empanadas, sopaipillas, empanadillas azucaradas, pan de huevo*, etc., que apestan con su olor, su humareda y el público que las frecuenta. Entre estas industrias menudas, é intolerables para una administración amiga de la limpieza, por la forma en que se hacen, hay muchas de otra índole. Hay los *fonógrafos* con transmisores de goma, que cantan al oído del curioso canciones obscenas: las *rifas de juguetes*, la suerte con el *naipe ó cartomancia*; y ahora, como lo muestra una de nuestras fotografías, *los pájaros adivina*. Consta, como lo verá el lector, esta máquina, de una jaula larga sobre patas cerradas. La jaula está dividida en compartimentos, y en cada uno un pajarito, gilguero, canario, etc. Cuando alguien quiere conocer su suerte, la **bruja** abre una puertecilia, sale el avecita y coge en el pico un papelito, de, muchos que doblados hay en una división; ese papelito tiene escrita una de esas respuestas ambiguas de los naipes del amor.¹³²

Imagen 34



“Los turcos, venta de paquetería en la calle del Puente” en “Las ventas callejeras”, *El Diario Ilustrado*, N° 1635, 22 de octubre de 1906.

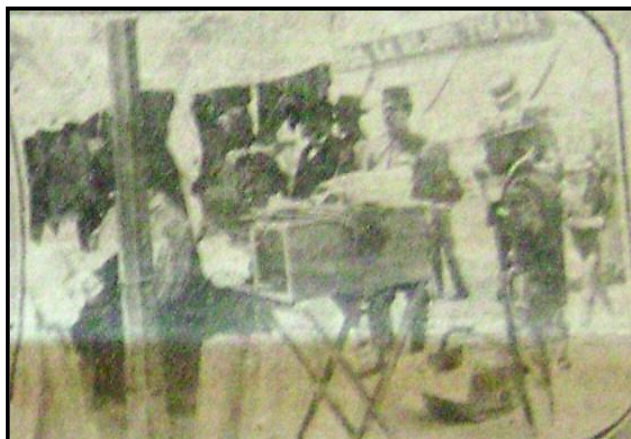
Imagen 35



“Una cocinería al aire libre” en “Las ventas callejeras”, *El Diario Ilustrado*, N° 1635, 22 de octubre de 1906.

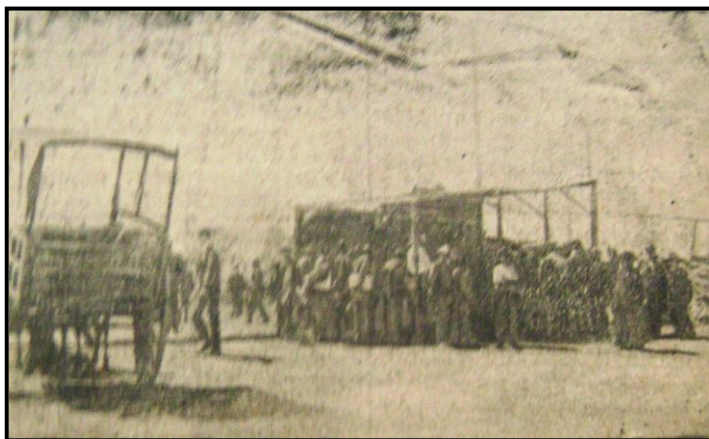
¹³² “Las ventas callejeras”, *El Diario Ilustrado*, N° 1635, 22 de octubre de 1906.

Imagen 36



“Los pájaros adivinos de la suerte” en “Las ventas callejeras”, *El Diario Ilustrado*, N° 1635, 22 de octubre de 1906

Imagen 37



“Una Barranquilla para rifas, tiro al blanco, etc.” En “Por la limpieza y el ornato”, *El Diario Ilustrado*, N° 1449, 4 de abril de 1906

Para el desarrollo de un análisis que permita entender y distinguir las distintas razones por las cuales se ataca al comercio popular como impropio de una ciudad moderna se han diferenciado tres líneas de observación que permitan comprender de mejor manera el conflicto y den cuenta de elementos precisos que causan “ruido” y molestia a la clase dominante de la época y que pueden visibilizarse a través de la prensa. Estas líneas son: el desorden, la falta de higiene y los olores, asociados a este tipo de comercio, sin embargo es importante mencionar, que las tres líneas están muy ligadas, por lo que en algunas ocasiones es imposible evitar los cruces, de todos modos se cree necesaria y funcional esta distinción ya que permiten comprender los argumentos que sustentan esta molestia.

2.1 El Desorden

Las ventas en las calles y en espacios públicos son un atentado frente a la imagen ordenada que se quiere mostrar, generando una serie de malestares que escapan a lo que los planes de reforma urbana trazados aspiraban proyectar¹³³. Es posible apreciar que una de

¹³³ De Ramón, *Santiago de Chile... op cit.* para el caso de México revisar Barbosa, op.cit. en su texto, señala que las características que adquirió el comercio en las calles, según su propuesta, es que se concentró en

las principales quejas hacia el comercio popular es la molestia que ocasionan al tránsito, ya que al ocupar las calles estrechan el paso y molestan a los transeúntes.

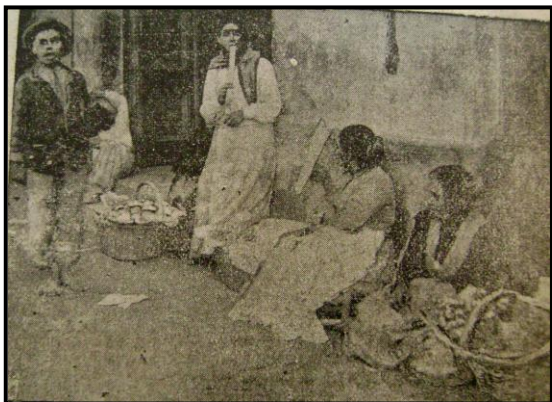
“En vista de que van en aumento los puestos y ventas de frutas, comestibles y otros que se estacionan diariamente en las calles centrales de la ciudad, con manifiesto perjuicio del libre tránsito...”¹³⁴

Sin embargo, además su instalación pareciera no seguir ninguna lógica, se instalan en cualquier lugar y sin mayores dificultades

“El número de ventas callejeras, que acaban por plantar cuatro palos y cubiertos con un gergón viejo ó hacer una casucha de madera en nuestros principales paseos públicos, es ya grande y es también indecente...”¹³⁵

Las imágenes son elocuentes al presentar el comercio popular instalado en diversos lugares, aparentemente sin ninguna lógica y afectando el tránsito.

Imagen 38



“En la calle del puente” en Las Ventas Callejeras, *El Diario Ilustrado*, N° 1635, 22 de octubre de 1906

torno a los mercados, sin embargo, también habría ocupado las vías públicas, lo que le habría ocasionado conflictos con las autoridades.

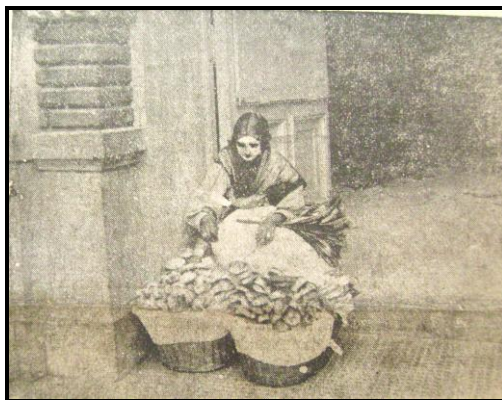
¹³⁴ “Los puestos y ventas de frutas”, *El Diario Ilustrado*, N° 962, 24 de noviembre de 1904

¹³⁵ “Las Ventas”, *El Diario Ilustrado*, N° 2029, 4 de diciembre de 1907

Imagen 39

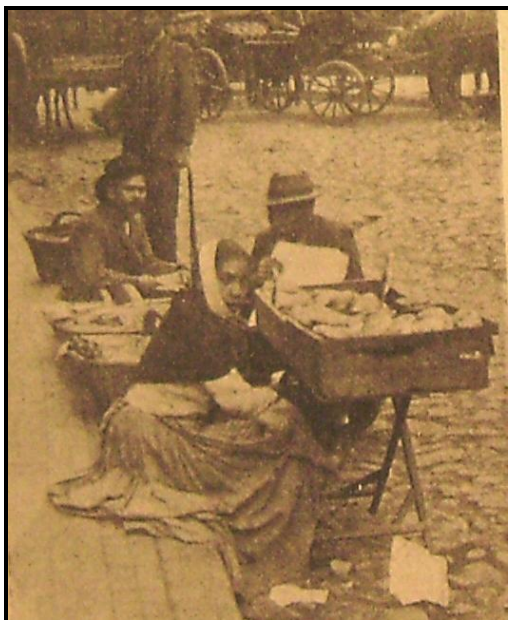


Imagen 40



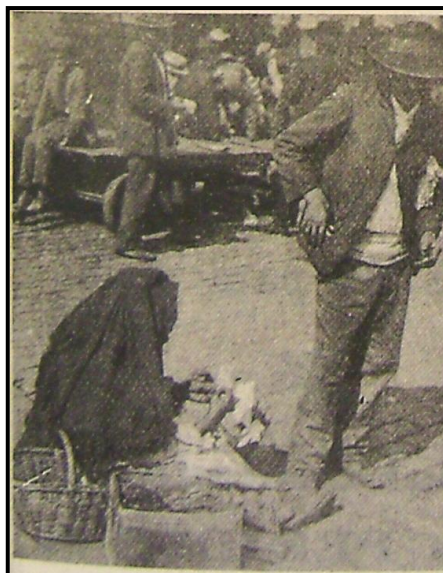
“Cerca de la plaza” en “Las Ventas Callejeras”, “En la calle del puente” en “Las Ventas Callejeras”,
El Diario Ilustrado, N° 1635, 22 de octubre de 1906 *El Diario Ilustrado*, N° 1635, 22 de octubre de 1906

Imagen 41



“Pequenes calduos con carne de perro”[sic]
en “A través del objetivo” , *Sucesos*,
N° 353, 10 de junio de 1909

Imagen 42



“Tortillas guenas compre no mas ñor
No son na falsificás” [sic] en “A través
del objetivo, *Sucesos*, N° 357, 8 de julio de 1909

Imagen 43



“a cinco la cachá” en “Concurso de instantáneas”, *Zig-Zag*, N° 334, 15 de julio de 1911

Imagen 44



“una camisería de lujo” en “Concurso de instantáneas”, *Zig- Zag*, N° 349, 28 de octubre de 1911

En las imágenes es posible observar cómo se muestran estas “ventas” instaladas en distintos espacios: en calles, veredas, cerca de plazas, puentes, etc. Además de apreciarse lo rudimentario de sus instalaciones, a veces constituida sólo por una canasta o varias

canastas, o un tablero montado en un par de banquillos sobre los que se dispone la mercadería. Sin embargo, pese a lo precario de su infraestructura, es posible entrever la forma en que se empoderarían del espacio urbano. En las imágenes 34, 43 y 44 se pueden ver cómo los tableros y canastas adquieren longitudes considerables, lo que apunta a corroborar los dichos sobre la molestia al libre tránsito, en la medida que se estrechan veredas, y se ocupan paseos se dificultaría la circulación por los espacios, de forma que los transeúntes estarían obligados a “tropezar” con estos comercios. Por otra parte las imágenes 35, 38, 40 y 41 apuntan a mostrar a los comerciantes “ocupando” y prácticamente “viviendo” en el espacio, en grupos o familias, con niños, instalados con puestos para servir alimentos, y ofreciendo incluso mesas y bancas para que quienes quieran consumir lo efectúen cómodamente.

Frente a este escenario, desde la prensa se hacen continuos llamados a las autoridades para que terminen con estas ventas, se plantea que las autoridades (Municipalidad e Intendencia) tienen la obligación de mantener el orden y el aseo de la ciudad y por ende deben mantener expeditas y limpias las vías públicas:

“...De todas suertes, la Municipalidad está en el deber de recuperar las vías públicas...”¹³⁶

Y se insiste en la instalación de quioscos que se dispongan de forma ordenada y en lugares determinados, aportando así también con la limpieza

“...Pero ¡cuánto por hacer todavía! Vengan plazas, jardines, avenidas; pero antes que todo sepamos mantener lo poco que hay, seamos aseados de hecho, y no de palabra [...] Y, sobre todo, *acabemos con las sucias ventas callejeras*; levántense kioscos elegantes donde se instalen.”¹³⁷ [sic]

¹³⁶ “Las ventas callejeras” El Diario Ilustrado, N° 1635, 22 de octubre de 1906 .

¹³⁷ “Las ventas callejeras” El Diario Ilustrado, N° 1635, 22 de octubre de 1906.

“...O la Municipalidad construye kioscos elegantes o suprime esas ventas públicas. No hay más remedio...”¹³⁸[sic]

2.2 La Higiene

Los cambios económicos que se produjeron hacia la segunda mitad del siglo XIX, como se ha expuesto, generaron una serie de consecuencias a nivel social y cultural. Romero plantea que, para el caso de Chile, estos cambios repercutieron directamente en las condiciones de vida de los sectores populares, las cuales empeoraron sistemática y dramáticamente con el correr de los años.

El acelerado crecimiento de la población en una ciudad no preparada para recibirla, habría agudizado los problemas de vivienda y las condiciones sanitarias.¹³⁹ Generando precarias condiciones de vida que debieron ser enfrentadas por los sectores populares, así, con respecto al problema de la vivienda detalla como a partir de la segunda mitad del siglo XIX comenzaría a surgir una cadena de arrabales que se habrían ubicado entorno y de forma marginal a la ciudad, y cómo, a su vez, comenzarían a proliferar una serie de viviendas de tipo popular: los famosos conventillos, cuartos redondos, ranchos o simplemente pobres casas construidas con materiales de desecho.

¹³⁸ “Las Ventas”, *El Diario Ilustrado*, N° 2029, 4 de diciembre de 1907. Sin embargo cabe mencionar que en el mismo periodo se hacía una literal guerra a los quioscos instalados en la Alameda, en 1906 se prohíbe su instalación, se les ordena salir del lugar, y se pide lo mismo para los quioscos ubicados en Avenida Matta, no obstante, en 1907 se permite nuevamente su instalación, claro ajustándose al pago mensual de dos pesos a la tesorería municipal por metro cuadrado ocupado por cada quiosco. De todas formas las razones de este cambio de opinión con respecto a la salida de los quioscos de la Alameda no es precisada, ni queda clara, aunque es posible suponer que con la salida de los quioscos de la Alameda aumentaron las ventas en otros espacios, pero también puede argüirse que las razones se relacionaban más con la necesidad de la municipalidad de aumentar sus arcas fiscales mediante el cobro por el uso de las calles. Aunque se deduce que si con la salida de los quioscos de la Alameda no disminuye el comercio popular en las calles, sino al contrario aumenta, no tiene sentido una medida que afecta el presupuesto municipal, por lo tanto es posible intuir que esas razones motivaron su regreso.

La discusión sobre el retiro y luego la instalación de quioscos en la Alameda es posible seguirla a través de: “Los kioscos en la Alameda”, *El Diario Ilustrado*, N° 1512, 7 de junio de 1906; “Los kioscos”, *El Diario Ilustrado*, N° 1849, 30 de mayo de 1907; “Fuera kioscos”, *El Diario Ilustrado*, N° 1884, 4 de julio de 1907; “Los kioscos”, *El Diario Ilustrado*, N° 1899, 18 de julio de 1907; “Los kioscos”, *El Diario Ilustrado*, N° 2040, 15 de diciembre de 1907; “Kioscos”, *El Diario Ilustrado*, N° 2044, 19 de diciembre de 1907

¹³⁹ Luis Alberto Romero, “Condiciones de vida de los sectores populares en Santiago de Chile, 1840-1895”, en *Nueva Historia*, Vol. 3, N° 9, 1984. pág. 8

En cuanto a los servicios urbanos explica que estos no se expandieron con rapidez por las nuevas zonas, los problemas de desagüe, agua potable, la limpieza de calles, la recolección de basuras, habrían dado pie al desarrollo de las tan temidas miasmas -que se creía eran culpables de la propagación de enfermedades por todas partes- en las congestionadas acequias. Por entonces comenzaba a vislumbrarse la estrecha relación entre la calidad del agua y muchas de las enfermedades epidémicas, particularmente el tifus. Las condiciones sanitarias habrían ido empeorando conforme avanzaba la segunda mitad del siglo XIX, hasta hacerse extremadamente críticas, lo que se habría relacionado directamente con el desarrollo de enfermedades, principalmente en los sectores populares (tuberculosis, enfermedades pulmonares, tisis, sífilis, fiebre tifoidea, viruela.)

Frente a este panorama comienza la difusión de un discurso sobre el higienismo, en el cual los médicos tuvieron un rol preponderante, desarrollando una ideología, moralizadora y paternalista, que apuntaba a la precaución más que a la curación de enfermedades¹⁴⁰.

Entre los esfuerzos por fomentar hábitos de limpieza e higiene es posible contar al doctor Adolfo Murillo, con su texto “De la educación física y de la enseñanza de la higiene en los liceos y escuelas de la Republica”¹⁴¹, de 1872, Ricardo Dávila Boza, autor de “la Higiene de la Escuela”¹⁴², en 1884 y Federico Puga quien publicó “Cómo se evita el cólera”¹⁴³, durante el desarrollo de la epidemia de 1886. Podemos notar como estos textos en primera instancia apuntaban a educar a la población en formación escolar, pero luego frente a la crisis sanitaria van a apuntar más a solucionar el problema específico, como el caso del manual para evitar el cólera.

¹⁴⁰ María Angélica Illanes, *"En el nombre del pueblo, del estado y de la ciencia": historia social de la salud pública : Chile 1880/1973 : (hacia una historia social del Siglo XX)*, Santiago, Ministerio de Salud, 2010.

¹⁴¹ Adolfo Murillo, *De la educación física de la enseñanza de la higiene*, Santiago, Librería de Oreste L. Tornero, 1872.

¹⁴² Ricardo Dávila Boza, *La higiene en la escuela*, Santiago, Impr. Cervantes, 1884

¹⁴³ Federico Puga Borne, *Cómo se evita el cólera (estudio de higiene popular)*, Santiago, Impr. Nacional, 1886

Considerando estos antecedentes, Illanes plantea que “El cuerpo médico de Santiago sustituye, podríamos decir, en esta etapa, al Estado en las iniciativas de acción social, las que, vinculadas siempre a la higiene, consolidaran a dicho estamento médico como poder...”¹⁴⁴. Sin embargo, Castillo plantea que los médicos más que sustitutos del accionar público, fueron parte de él en la medida que se fueron integrando al Estado principalmente como congresistas

Para el caso de Lima las condiciones fueron similares¹⁴⁵, hacia principios del siglo XX la ciudad habría crecido aceleradamente, lo que habría ido acentuando las fronteras entre los grupos sociales, de forma que se habrían comenzado a proyectar barrios de obreros y de clases medias. En este contexto la higiene, que, para Mannarelli, habría implicado una reformulación de los vínculos entre las personas y una auto-percepción más definida, habría empezado a tomar cada vez más fuerza y se habría ido convirtiendo en una esfera cada vez más relacionada a la política pública¹⁴⁶.

Los médicos peruanos habrían tenido muy presente los avances relativos a la profilaxis social y las medidas que era necesario adoptar para subsanar la serie de problemáticas de salud que asediaban a la población. De forma, que, al igual que en Chile, fueron tomando cada vez más importancia en la configuración del Congreso, desplazando a abogados y eclesiásticos, y ocupando también cargos importantes en la administración del Estado, en ministerios y municipios

En el discurso médico peruano la posibilidad de lograr el progreso y la civilización, aspiraciones típicas de la época, estaba vinculada con la salud sexual y la actividad reproductiva de la población. La mejora de la higiene era una tarea que además era planteada a inicios de siglo como un deber nacional en la medida que permitiría fortalecer al Estado y a los habitantes de la nación. Así, los médicos sostenían que el engrandecimiento de un pueblo respondía a la cantidad de habitantes en proporción a su

¹⁴⁴ Castillo, *op. cit.* pág. 83, Illanes, *op. cit.* pág. 89

¹⁴⁵ María Emma Mannarelli, *Limpas y modernas: género, higiene y cultura en la Lima del novecientos*, Lima, Ediciones Flora Tristán, 1999. pág. 32.

¹⁴⁶ Mannarelli, *op.cit.* pág. 35.

extensión territorial y, en el Perú, esta proporción era decreciente. Los médicos percibieron al Perú como un país “estancado en los umbrales de la civilización”, viviendo una prehistoria. De modo, que solamente cumpliendo los mandatos de la higiene el Perú podría considerar haber ingresado a la historia. Ordenarlo, limpiarlo y educarlo era requisitos para abandonar el estado de barbarie.

Podemos apreciar que la preocupación por el tema de la higiene es un elemento común en distintas ciudades latinoamericanas¹⁴⁷, Lima y Santiago, son sólo un botón de muestra frente a una problemática común, que tiene que ver con el desarrollo económico de América latina, el rol que comienza a ocupar dentro de los mercados mundiales y cómo esto repercute en el crecimiento de las ciudades y los actores que las habitan. Los médicos y el desarrollo de la medicina y la ciencia desempeñan un papel clave en la puesta en marcha de políticas que apunten a mejorar las condiciones higiénicas de las ciudades, comprendiendo que éste es un tema fundamental a la hora de hablar de modernidad y progreso. Como claramente lo plantearon los médicos peruanos, el orden y la limpieza son requisitos para que un país abandone la barbarie e ingrese en las sendas de la civilización. Una ciudad moderna, debía serlo y reflejarlo en distintos ámbitos, no bastaba con la modernización de la estructura urbana, además debía contar con una gran y moderna población, y para conseguir una población moderna, primero había que evitar que muriera, a través de medidas higiénicas y de salud que lo garantizaran.

De esta forma, el discurso sobre la higiene fue ocupando un lugar cada vez más importante dentro de la sociedad, y poco a poco se habría ido conformando como una premisa moral, en la medida que pretendía normar las formas de vida de las personas y las maneras en que éstas debían relacionarse, ocupar espacios y, en consecuencia, instaurar las distancias adecuadas para la convivencia.

En este contexto, el desarrollo del comercio popular en espacios públicos estuvo en la mira de la prensa y de las autoridades por diversas razones: la forma en que se llevaba a

¹⁴⁷ Barbosa plantea, que para el caso de México, el discurso higienista también se habría traspasado al comercio en las calles, señalándose y criticando las malas condiciones higiénicas en que se desarrollaba éste, e implementando medidas para su control. Barbosa, op. cit.

cabo la actividad, los lugares en los que se desplegaba y principalmente las medidas higiénicas que se tomaban para expender los productos. Todas razones que se constituyeron en una constante preocupación, generando un halo de desconfianza frente al desarrollo del comercio popular y provocando que se multiplicaran las críticas en torno a éste.

En 1903, el director del laboratorio Químico Municipal, da cuenta de esta preocupación, proponiendo un proyecto de reglamento para los locales destinados al expendio al por menor de sustancias alimenticias, considerando, según lo que él mismo expresa, lo propicios que son estos espacios para la propagación de enfermedades.

“La reglamentación de estos establecimientos, necesaria siempre dice el doctor Marín, ha llegado á ser de verdadera urgencia, dado el inminente peligro de invasión de la peste bubónica, y la grande influencia que los establecimientos indicados tienen en la propagación de esa epidemia”.¹⁴⁸

Llamado de atención que se repite el mismo año, 1903, solicitándose observar ciertas medidas de aseo e higiene, que debieran seguirse al llevar a cabo la actividad comercial.

“(…) Asimismo, ruego á US. recomendar á la policía que no permita depositar en el suelo, al lado exterior de las aceras en los mercados, ninguna clase de verdura ó fruta, á excepción de las sandías, melones, zapallos, choclos, leña, etc., que podrán bajarse del respectivo vehículo para ser contados al tiempo de venderse é introducirse al interior de los mercados”.¹⁴⁹

Así, en un afán por normar y controlar el desarrollo de este tipo de comercio es que se intentan implementar medidas que apunten al desarrollo de la actividad dentro de las normas que dicta la higiene, entre éstas se encuentra la incorporación como requisito del

¹⁴⁸ “Ventas al por menor”, *El Diario Ilustrado*, N° 463, 11 de julio de 1903

¹⁴⁹ “La venta de legumbres en los mercados”, *El Diario Ilustrado*, N° 600, 29 de noviembre de 1903

uso de gorro y delantal blanco, en un intento que busca por una parte, uniformar y por otra dejar en evidencia cualquier atisbo de falta de aseo.

Hacia 1903 se lee en *El Diario Ilustrado*:

“El decreto de la Alcaldía de 17 de agosto de 1901, exige á los vendedores que se estacionan ó circulan en la vía pública el uso de un delantal blanco y gorra del mismo color.

Habiendo notado que aquella disposición ha caído en desuso, considera el infrascrito que habría conveniencia en ponerla en vigor como medida de aseo é higiene, sobre todo en las circunstancias actuales, en que estamos amenazados de una enfermedad epidémica...¹⁵⁰

Es posible apreciar, sin embargo, que el uso de estos implementos pese a ser una disposición del año 1901 no se lleva a la práctica, lo que da una señal más de lo difícil que resultó para las autoridades normar y fiscalizar este tipo de actividades, pero lo más importante es que deja de manifiesto, de forma escrita y visual, la negativa de los comerciantes a ajustarse a esta normativa.

Así, el mismo año, 1903, frente a este nuevo intento por hacer efectivo el uso de gorro y delantal blanco los vendedores se presentan a solicitar que se deje sin efecto el uso de gorro blanco, quedando vigente sólo la normativa que dice relación con el uso de delantal blanco.

“...En vista de una presentación que han hecho á la Alcaldía los vendedores ambulantes, se ha decretado ayer lo que sigue:

Derogase el decreto de la Alcaldía de 17 de 1901 en la parte que se refiere al uso obligatorio de gorro blanco para vendedores ambulantes, quedando subsistente en la que se refiere al uso del delantal del mismo color”¹⁵¹

¹⁵⁰ “Vendedores ambulantes”, *El Diario Ilustrado*, N° 468, 16 de julio de 1903.

¹⁵¹ “Vendedores ambulantes”, *El Diario Ilustrado*, N° 616, 15 de diciembre de 1903.

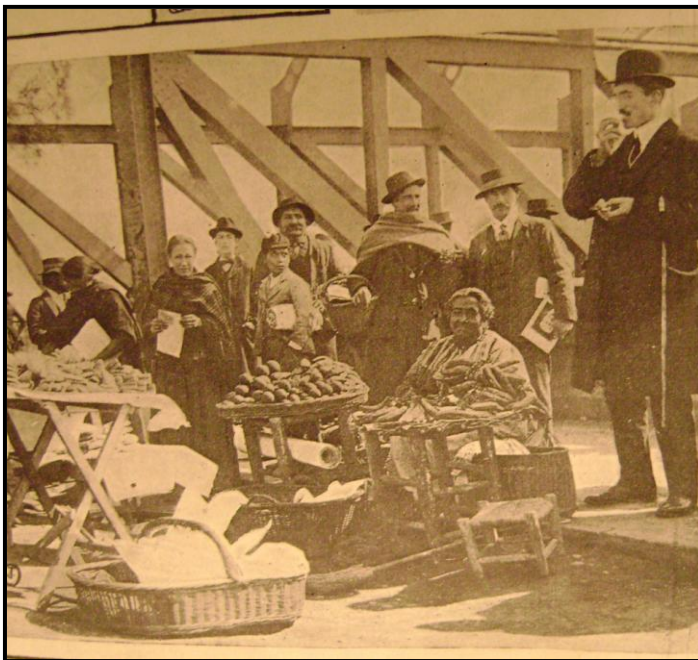
Sin embargo, en las calles el panorama visual da cuenta de la ausencia de estos implementos, ni gorros, ni delantales blancos, la imágenes son reveladoras al respecto, y vemos como con el paso de los años, nuevamente la normativa caería en desuso. Las imágenes 45, 46, 47 y 48 parecen ser elocuentes al presentar a los vendedores populares, lejos del ideal higienizador, con ropas oscuras y de dudosa limpieza.

Imagen 45



Puesto de duraznos y brevas curadas” en “La pascua en Santiago”, *Zig-Zag*, N° 149, 29 de diciembre de 1907

Imagen 46



**“a cinco, señor, a cinco” en
“Concurso de instantáneas”, *Zig-Zag*, N° 335, 22 de julio de 1911**

Imagen 47



“Vendedora de pescado” en “Concurso de Instantáneas”, *Zig-Zag*, N° 349, 28 de octubre de 1911

Imagen 48



Unos helados de canela en el sopor de la tarde en “Los vendedores ambulantes”, *Zig-Zag*, N° 609, 21 de octubre de 1916

Pese a lo difícil que se hace el control y fiscalización de las ventas populares, se insiste en generar normativas, que buscan regularlas, y al infructuoso intento por uniformar a los vendedores ambulantes, se suma la obligación de contar con permisos sanitarios, señalando nuevamente la desconfianza que se tiene frente a estas actividades por la sospecha de no ajustarse a las normas higiénicas.

En 1909 el prefecto de la Policía de Aseo señor Vildósola “...impartió órdenes ayer á los señores comisarios para que desde hoy practiquen una inspección ocular á todas las ventas de leche al pié de la vaca y exijan para su expendio al público el certificado de sanidad. Esta disposición del señor prefecto se la aplaudimos sinceramente por cuanto son muchos los casos producidos en niños por el consumo de leche en animales enfermos.”¹⁵²

Sin embargo, frente al abundante comercio popular y lo insuficiente que se hacen los esfuerzos por fiscalizarlos, los llamados de atención por las malas condiciones en que se venden los productos alimenticios se mantienen como una constante. Un ejemplo son las ventas de pescados y mariscos.

En 1907:

“Los inspectores municipales señores Herrera y Blanchard, sorprendieron ayer en las calles á vendedores ambulantes expendiendo pescado y marisco en estado de descomposición.”¹⁵³

Y luego en 1908:

Los inspectores municipales hicieron votar ayer al río una gran cantidad de pescado y marisco, que era expendido al público en estado de descomposición.”¹⁵⁴

No obstante, un tema que acapara la atención de las autoridades y la prensa de la época es el tema de la venta de leche, los lecheros fueron vistos con desconfianza en su rol intermediarios en el proceso de abastecimiento de la leche, de modo que su idoneidad fue

¹⁵² “Por la salubridad pública”, *El Diario Ilustrado*, N° 2627, 3 de agosto de 1909

¹⁵³ “Vendedores ambulantes”, *El Diario Ilustrado*, N° 1985, 16 de octubre de 1907

¹⁵⁴ “Pescado y marisco”, *El Diario Ilustrado*, N° 2255, 24 de julio de 1908

puesta en entredicho constantemente, siendo presentados como un sujeto del cual no era posible fiarse.

En 1906 Don Enrique León, escribe a *El Diario Ilustrado* para exponer su problema, él cuenta que:

“...compraba leche al vendedor Benjamín Camus, que la reparte en la carretela número 838, para darla á una hijita suya de seis meses de edad, y que al poco tiempo contrajo la chica una infección intestinal que puso en peligro si vida, por lo que tuvo que recurrir al doctor del Río y Herrera, de quien acompañó un certificado.

Investigando las causas de la enfermedad, el señor León tuvo noticias que la leche era mezclada con sesos de cordero y de vaca.¹⁵⁵

Este tipo de quejas, de que la leche es mezclada, con distintos productos, es recurrente, por eso el mismo año se buscaría regular la situación, redactando una especie de reglamento para el expendio de leche

“...encaminado, con la mejor de las intenciones, á impedir que se vendiera este artículo mezclado con almidón, harina ú otras especies nocivas á la salud, y á no dejar que fuera llevado por las calles en tiestos indecentes, que conservan en su fondo los residuos de leches coaguladas...”¹⁵⁶

Dejando clara constancia de las malas condiciones en que se expendería la leche, por estos sujetos “indecentes” y ajenos a las normas de la higiene

“...la leche, artículo tan necesario para la alimentación diario, es suministrada al público en pésimas condiciones, no solamente de desaseo, sino de higiene: se le expende en tiestos inmundos, por individuos no menos indecentes, y en locales que son el foco de toda inmundicia...”¹⁵⁷

¹⁵⁵“¡Esos Lecheros!”, *El Diario Ilustrado*, N° 1620, 5 de octubre de 1906.

¹⁵⁶“La venta de leche”, *El Diario Ilustrado*, N° 1698, 27 de diciembre de 1906.

¹⁵⁷“La venta de leche”, *El Diario Ilustrado*, N° 1698, 27 de diciembre de 1906.

En 1907 el reclamo persiste, y más aún se acusa a las autoridades de ser cómplices de los lecheros, al avisar las inspecciones a fin de que éstos tomen las medidas para que no se detecten sus irregularidades.

“La leche se vende cara y es mala, salvo contadas excepciones; es un producto de las vacas y de las cañerías de agua potable ó de la acequia. ¿Qué hace la inspección? Generalmente avisa por los diarios cuando ejercerá su fiscalización, á fin de que los lecheros se precavan.”¹⁵⁸

Se deja constancia, de las preocupaciones con respecto a lo fácil que es adulterar este producto

“...pero desgraciadamente ningún alimento es de adulteración más fácil: basta para ello el llamado bautizo, que ojala fuese siquiera con agua limpia...”¹⁵⁹

Y se exponen las precauciones que debiera tenerse con la leche

“...Con la leche, han de tomarse también muchas precauciones para que los bacterios no contribuyan á dañarla. Todas ellas son de aseo y de cuidado; é impónense por simple razón de buen sentido...”¹⁶⁰

Se hace notar los escasos medios de fiscalización con que cuenta la municipalidad

“...Para vigilar este servicio, la Municipalidad ocupa actualmente tres inspectores; que es como decir ninguno, por haber simple imposibilidad material para que sólo tres individuos puedan atender un servicio tan vasto y de mero detalle.

Antes de ahora, los inspectores examinaban la leche en los afueras de la ciudad. Los lecheros, por consiguiente, esperaban pasar el camino de cintura para hacer el bautizo:

¹⁵⁸ “Leche”, *El Diario Lustrado*, N° 1916, 4 de agosto de 1907.

¹⁵⁹ “La leche”, *El Diario Ilustrado*, N° 1930, 19 de agosto de 1907

¹⁶⁰ “La leche”, *El Diario Ilustrado*, N° 1930, 19 de agosto de 1907

Ahora, el examen se hace dentro de la ciudad; pero se comprende de más que con tres inspectores no hay ni para comenzar con un servicio de esa especie....”¹⁶¹

Aludiendo estas razones en 1908 se redactó un proyecto de ley para controlar a los repartidores ambulantes de leche. En este, en primer lugar, se les solicita que deben obtener un permiso municipal y matricularse en la oficina correspondiente. El encargado de fiscalizar, a los repartidores, a través de una libreta timbrada y firmada por su director es el Laboratorio Químico Municipal y no se permitirá el expendio de leche después de las 5 p.m.¹⁶²

Sin embargo, nuevamente la imposibilidad de fiscalización se pone de manifiesto, y es expuesta por la prensa

“...Un grupo de comerciantes de leche se acercó anoche á nuestra imprenta á exponernos que la policía de seguridad los está hostilizando. So pretexto de tomarles muestras del líquido que expenden. Operación que hacen los inspectores del Laboratorio químico Municipal, son conducidos con sus carretelas á los cuarteles de las comisarías, donde quedan detenidos desde las seis de la mañana hasta las diez y once del día, hora ya demasiado tarde para hacer los repartos.

Resultado de esto es que muchas familias se quedan sin tomar leche en el desayuno y que ellos pierden sus caserías.”¹⁶³

La queja “fundada” de los lecheros deja entrever la dificultad que conlleva la fiscalización de estos sujetos, el celo fiscalizador se contrapondría con la fluidez que estaría implícito en el oficio de lechero, dificultado su objetivo: llevar la leche temprano a sus consumidores. Ahora se plantea la disyuntiva ¿En qué momento fiscalizar sin entorpecer el abastecimiento de los productos?

¹⁶¹ “La leche”, *El Diario Ilustrado*, N° 1930, 19 de agosto de 1907

¹⁶² “Expendio de leche”, *El Diario Ilustrado*, N° 2181, 10 de mayo de 1908.

¹⁶³ “Los lecheros, Quejas fundadas”, *El Diario Ilustrado*, N° 2290, 28 de agosto de 1908.

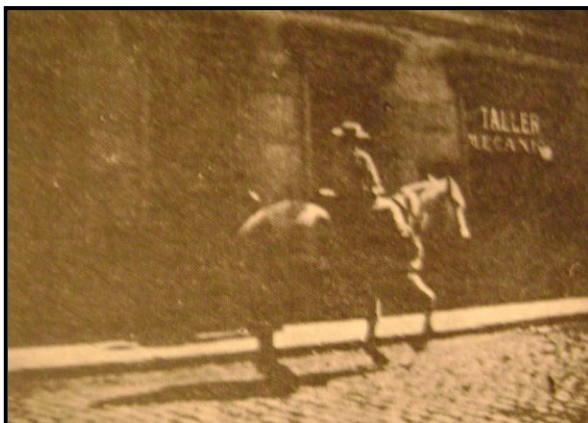
El rol de la prensa en este contexto se articularía en un doble juego, por una parte señala los esfuerzos de las autoridades por normar y fiscalizar la actividad comercial, por integrar al sujeto popular dentro del marco de “lo civilizado”, por intentar que se ajuste a las normas de la higiene, y al mismo tiempo denuncia la falta de efectividad de este esfuerzo, criticando la falta de fiscalización, el ingenio del vendedor para saltarse las instancias fiscalizadoras o simplemente planteando la imposibilidad de fiscalizar. De esta forma, el comerciante popular es presentado como un sujeto del cual desconfiar, porque no habría forma de controlarlo, “un mal necesario”, frente al cual sería necesario un dejo de recelo, porque, pese a los esfuerzos de las autoridades, quedaría fuera de los circuitos fiscalizadores. En este sentido las imágenes 50 y 51 serían claves, en ellas el pie que acompaña la foto señala la dificultad que conlleva la distribución de la leche, pero con total naturalidad, como algo cotidiano, el vendedor de leche “naturalmente” vende “leche con agua”, por ende es un sujeto de cuál sería imposible fiarse, es un sujeto de quien es preciso desconfiar, de modo que vemos cómo se naturaliza y cotidianiza la imagen del vendedor de “leche con agua”

Imagen 49



“La leche que se consume en Valparaíso”, *Zig-Zag*, N° 10, 23 de abril de 1905

Imagen 50



“Vendedor de agua con leche por litros” en “Concurso de Instantáneas”, *Zig-Zag*, N° 352, 18 de noviembre de 1911.

Imagen 51



“Deme dos litros de la sin agua” en “Una industria benéfica”, *Sucesos*, N° 272, 21 de noviembre de 1907

2.3 Olores

La relación entre los olores y la higiene se fue haciendo cada vez más estrecha, de modo que como lo plantea Corbin el afán higienizador también se traspasó al ámbito de los olores, desodorizar los espacios públicos y privados fue una máxima a la que aspiraban las ciudades modernas en la búsqueda del progreso, comprendiendo que los olores dan cuenta de las medidas higiénicas implementadas. Así los llamados de atención se centraron en la limpieza de calles y acequias, para evitar la acumulación de aguas pútridas y los temidos miasmas, además de la preocupación por la basura y el lugar que ocupa dentro de la ciudad.¹⁶⁴

En este contexto los olores ocasionados por el desarrollo del comercio popular también son una afrenta para el progreso y la civilización. Los olores se relacionan con la falta de aseo e higiene, por lo tanto la batalla también se pone en marcha contra ellos. Los

¹⁶⁴ Alain Corbin, *El perfume, o, El miasma: el olfato y lo imaginario social: siglos XVIII y XIX*, México, Fondo de Cultura Económica, 1987.

puestos que se instalan en las calles además de generar desorden y suciedad, generan “malos olores”

“...Que los puestos de vacas lecheras y los de frituras ocasionan desaseo y malos olores en las inmediaciones del local que ocupan...”¹⁶⁵

Por lo que se solicita que sean retirados, ya que molestan a quienes circulan por el lugar

“...se han situado varios vendedores ambulantes que expenden empanadas, frutas y otros comestibles. La presencia de estas ventas en un lugar tan central y los olores que despiden incomodan á todo el mundo. *Y se solicita su retiro* “en bien del ornato y aseo del barrio central...”¹⁶⁶

Así, la guerra a las cocinerías se desata por ser símbolos del desaseo y la falta de higiene lo que queda de manifiesto también por los olores que expelen

“A la entrada de la Cañadilla se ha instalado un verdadero hormiguero de ventas, que consisten en cocinerías, frituras, licores y frutas. Esas ventas presentan también un pésimo golpe de vista. Es aquello una verdadera indecencia. La vereda pasa siempre cubierta de desperdicios de esas ventas. Es tanto y tan malo el olor á grasa, que ya se hace imposible el tráfico por esa linda avenida.”¹⁶⁷

Sin embargo, en el sector del Mapocho, se desarrolló uno de los conflictos más elocuentes al respecto, acá en un sector eriazo se instaló una “cocinería” que pasó a simbolizar los peores males de la sociedad y contra la que se desplegó una verdadera batalla por lograr su erradicación.

¹⁶⁵ “Ventas en la vía pública”, *El Diario Ilustrado*, N° 375, 15 de abril de 1903.

¹⁶⁶ “Ventas alrededor del Correo”, *El Diario Ilustrado*, N° 374, 14 de abril de 1903.

¹⁶⁷ “En la cañadilla”, *El Diario Ilustrado*, N° 398, 8 de mayo de 1903.

“...La cocinería mal oliente y muy mal vista que hay en la orilla sur del Mapocho, principió como todas las cosas malas nuestras, con humildad y creció con la tolerancia municipal. El año pasado era un pequeño cobertizo para venta de frutas. Pasó el verano, y al cobertizo se agregó un techo por sus cuatro lados, que cubrió una extensión ocho veces mayor que el primitivo, sustentado con puntales de madera. Bajo ese techo se cobijó luego una cocinería con todos sus aditamentos y unas tres mesas para el servicio al público; una jaba de aves para la venta, frutas y otras menudencias. Ya tenemos un pequeño Mercado, lo más sucio que cabe. Allí se cocina y allí viven familias con niños, perros y gatos.

No hay sitio más feo, sucio y arrabalesco que la explanada del Mercado Central: cocinerías, camiserías al aire libre, en que los trabajadores se desnudan y visten á vista del público, fonógrafos obscenos, rifas, etc., etc.; y esto en el centro de la ciudad...”¹⁶⁸

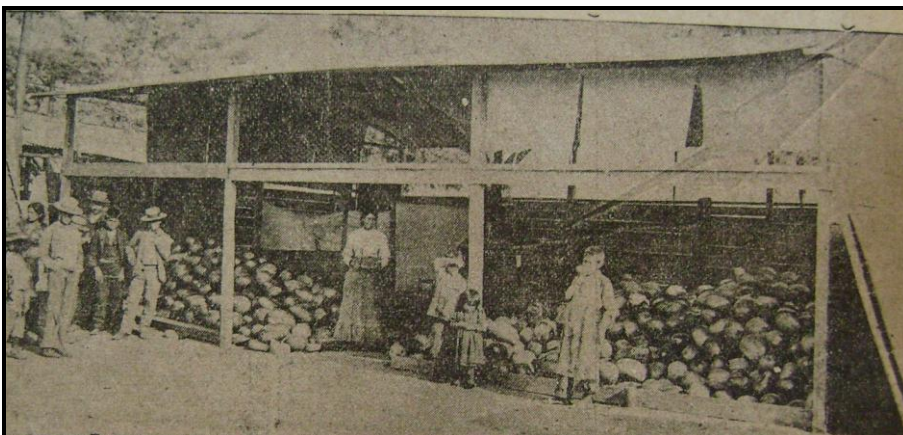
Imagen 52



“Una cocinería al aire libre” en “Por el ornato”, *El Diario Ilustrado*, N° 1400, 14 de febrero de 1906

¹⁶⁸ “Por el ornato”, *El Diario Ilustrado*, N° 1400, 14 de febrero de 1906

Imagen 53



“Otro huevo de mercado: Un puesto de frutas” en “Por el ornato”, *El Diario Ilustrado*, N° 1400, 14 de febrero de 1906

Imagen 54



“Una nueva cocinería en el Mapocho” en “Las cocinerías públicas”, *El Diario Ilustrado*, N° 1404, 18 de febrero de 1906.

Frente a las reiteradas quejas, finalmente se ordena el desalojo¹⁶⁹ de la cocinería que tantos dolores de cabeza trajo a sus vecinos, y tanto interés de la prensa concitó, sin embargo, frente a lo extendidas y desarrolladas que están este tipo de prácticas e instalaciones, la batalla continúa, apuntando su ojo a otras cocinerías que existen,

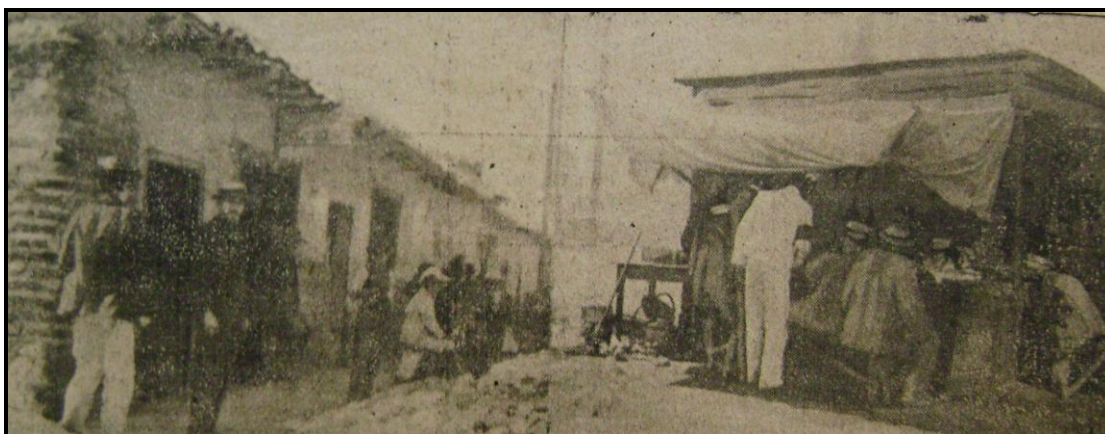
¹⁶⁹ “Por la limpieza y el ornato”, *El Diario Ilustrado*, N° 1449, 4 de abril de 1906.

“...Felicitaciones al señor Intendente por su energía. Ojalá exigiera á la Empresa de Tranvías que derribara ese feo casucón que tiene ahí y construya un chalet elegante, digno de la empresa y de la ciudad...”¹⁷⁰

Y porque pese a que se logró la orden de desalojo, un par de meses después se continúa solicitando su erradicación, lo que nos indica que continúa en el mismo sitio:

“...Han llegado informaciones á esta Alcaldía, sobre desórdenes que se cometen, noche á noche, en una casucha ó cocinería establecida en la avenida sur del Mapocho, al costado del puente del ferrocarril urbano, frente á la calle 21 de Mayo...”¹⁷¹

Imagen 55



“Frente al mercado: La cocina de los conductores de tranvía” en “Por la limpieza y el ornato”, *El Diario Ilustrado*, N° 1449, 4 de abril de 1906.

En este capítulo se analizó la imagen que se configura entorno al comerciante popular, el desarrollo de sus actividades asociadas al desorden, la falta de higiene, los malos olores lo ubican en un “no lugar” dentro del discurso moderno, no tiene cabida, por ende se configura una imagen “negativa” con tintes peyorativos que da cuenta de sus características, sucio e indecente, y que lo conforman como un sujeto del cual desconfiar.

¹⁷⁰ “Las cocinerías públicas”, *El Diario Ilustrado*, N° 1404, 18 de febrero de 1906.

¹⁷¹ En agosto nuevamente nos encontramos con las quejas y vemos como se sigue solicitando su desalojo en “Las cocinerías del Mapocho”, *El Diario Ilustrado*, N° 1571, 15 de agosto de 1906

CONCLUSIONES

A través del presente trabajo se ha analizado el mundo del comercio popular desde una mirada cultural, proponiendo la elaboración de una imagen entorno a éste, que adquiere connotaciones “negativas”. En esta elaboración la naciente prensa moderna que surge a principios del siglo XX tiene un rol fundamental, en la medida que se enfocaba a un público masivo, entregaba un discurso, una forma de ver y comprender el entorno, con mensajes simples, que pudieran ser captados, incorporados y “naturalizados” por cualquier persona.

Comprendiendo el contexto latinoamericano, en el que las elites, embriagadas por un afán modernizador, intentaron reflejar los buenos tiempos en todos los ámbitos de la sociedad, es que se deduce que los medios de prensa se hicieron eco de ese proyecto y lo instalaron como premisa en el discurso entregado a través de sus páginas, situando al discurso moderno como una aspiración universal de civilización y progreso.

El abastecimiento se convierte en una necesidad para la población de esta ciudad en crecimiento, que día a día llega a habitarla y que requiere proveerse de los bienes y servicios para vivir, y una preocupación para las autoridades que buscan reflejar, también acá, el proyecto modernizador. En este sentido, el circuito de abastecimiento, entendido desde las dinámicas y lógicas de la época, es concebido desde dos dimensiones: el espacio destinado al desarrollo de actividades de abastecimiento y los sujetos que se encargan de su despliegue. De esta forma, el espacio del abastecimiento, en consonancia con los proyectos de reforma y mejora urbana, fue reestructurado en función del proyecto modernizador, sin embargo, los sujetos que se apropian de esta actividad van quedando en un “no lugar” dentro de este circuito, en la medida que no logran insertarse dentro los paradigmas del mundo moderno. En este contexto el sujeto “comerciante popular” no tiene cabida, entendido como lo “bárbaro” en opuesta relación con las aspiraciones civilizadoras de la elite, que busca instalar una forma “correcta” de desarrollar la actividad comercial, enmarcada en el contexto moderno, es criticado y menospreciado constantemente a través de la prensa, configurándose una imagen negativa entorno a él

De este modo, este trabajo se centró en dos aristas de análisis, la primera relacionada con los espacios de abastecimientos y la segunda abocada a los sujetos que desarrollan la actividad comercial y se mueven a través de estos espacios.

En una primera instancia se analizó el esfuerzo por configurar espacios de abastecimiento, dentro del marco de lo “moderno”, con instalaciones que fueran “modelo” en su tipo, definiendo estos espacios como símbolos de la civilización. A través de las discusiones generadas por medio de la prensa, en las que se insiste en la remodelación de los centros de abastecimiento, fue posible apreciar las características que se esperaba tuvieran éstos, asociados con el orden, la higiene, la limpieza, en contraposición con las características que hasta entonces tenían y que son objeto de críticas, en la medida que se asocian con una imagen “bárbara”, donde prima lo natural, lo no planificado, el desorden y la suciedad, que se anhela dejar atrás para dar paso a lo “civilizado”. Así, es posible apreciar la elaboración de la imagen de un espacio ideal para el abastecimiento, y con ella de una “forma correcta” de desarrollar la actividad comercial asociada a éste, enmarcada en los cánones de la civilización.

En el tercer capítulo se desarrolló el análisis de la crítica hecha al comercio popular, caracterizándolo como “impropio” de una ciudad moderna, en la medida que posee una serie de características que lo alejan del ideal civilizador, es cuestionado principalmente, por la falta de higiene, el desorden y la suciedad, entre otras cosas.

El comercio popular es criticado por invadir los espacios públicos, de forma desordenada, no planificada, perturbando el libre tránsito por las vías y exponiendo a los transeúntes a su suciedad y miseria. El vendedor popular es presentado como un sujeto del cual desconfiar, fuera de los marcos legales en los que se busca insertarlo sin buenos resultados y ajeno a los canales de fiscalización, es mostrado como un sujeto que no se puede controlar, que se escapa de las manos de las autoridades y en este sentido reñido con el proyecto modernizador que busca ordenar, controlar, civilizar y así dominar la naturaleza bárbara del mundo popular.

De esta forma el comercio popular es signado como una actividad que no tiene lugar en la ciudad civilizada, que no tiene cabida en estos espacios que se busca reestructurar al son de la modernidad y que incluso pone en riesgo el proyecto moderno, en la medida que al apropiarse estos espacios públicos o ubicarse en sus alrededores sabotea cualquier intento de mejora. Estas razones van articulando la configuración de una imagen negativa entorno al comercio popular, que busca instalarlo en un “no lugar”, frente a una forma correcta de desarrollar la actividad que está siendo descrita y mostrada a través de la prensa.

BIBLIOGRAFÍA

I. Fuentes primarias

1. Revistas ilustradas

Sucesos. Números publicados entre el 18 de agosto de 1902 y el 24 de junio de 1920

Zig-Zag. Números publicados entre el 7 de mayo de 1905 y el 29 de noviembre de 1919

2. Prensa

El Diario Ilustrado. Entre el 31 de marzo de 1902 y el 31 de agosto de 1912.

3. Censos

Memoria: presentada al Supremo gobierno por la Comisión del Censo, Santiago, [s.n.], 1908. Censo de la República de Chile levantado el 28 de noviembre 1907

4. Planos

Laso, Luis Felipe, *Plano de Santiago según el proyecto de transformación, 1912*, Santiago, Librería Artes y Letras, 1912. En línea: URL http://www.memoriachilena.cl/temas/documento_detalle.asp?id=MC0060222

II. Bibliografía general

Adler de Lomnitz, Larissa, *Cómo sobreviven los marginados*, México, Siglo XXI Editores, 1978.

Aguirre, Beatriz y Castillo, Simón, De la “gran aldea a la ciudad de masas: El espacio público en Santiago de Chile, 1910-1929”, Santiago, LOM Ediciones, 2005.

Barbosa, Mario, *El trabajo en las calles: subsistencia y negociación política en la ciudad de México a comienzos del siglo XX*, México, El Colegio de México, Centro de Estudios Históricos: Universidad Autónoma Metropolitana, 2008.

Barthes, Roland, “Retórica de la imagen” en Roland Barthes, *La Semiología*, Buenos Aires, Tiempo Contemporáneo, 1974.

Burke, Peter, *Visto y no visto: el uso de la imagen como documento histórico*, Barcelona, Editorial Crítica, 2001.

Carmagnani, Marcello, *Estado y sociedad en América Latina, 1850-1930*, Barcelona, Editorial Crítica, 1984

Castillo Fernández, Simón, *El Barrio Mapocho y el Parque Forestal: espacio público y representaciones de ciudad en Santiago de Chile (1885-1900)*, Tesis para optar al grado de Magister en Historia, Santiago, Universidad de Chile, 2008

Corbin, Alain, *El perfume, o, El miasma: el olfato y lo imaginario social: siglos XVIII y XIX*, México, Fondo de Cultura Económica, 1987.

Dávila Boza, Ricardo, *La higiene en la escuela*, Santiago, Impr. Cervantes, 1884

De Certeau , Michel, *La invención de lo cotidiano*, México, D. F., Universidad Iberoamericana, 1996. 2v.

De Ramón, Armando, *Estudio de una periferia urbana: Santiago de Chile 1950-1900*, Santiago, Sociedad Chilena de Historia y Geografía, Ediciones Universidad Católica de Chile, 1985

De Ramón, Armando, *Santiago de Chile: (1541-1991): historia de una sociedad urbana*, Santiago, Catalonia, 2007

De Soto, Hernando, *El otro sendero*, Argentina, Editorial Sudamericana, 1992.

Errázuriz Cruz, Rebecca, *El viaje latinoamericano y el deseo de modernidad: Una lectura de los viajes de Domingo Faustino Sarmiento (1845-1847)*, Tesis para optar al grado de Magister en Estudios Latinoamericanos, Santiago, Universidad de Chile, 2009.

Flores Morales, Leyla, *Las mujeres y las purpurarías: una experiencia de subversión femenina en Santiago, Valparaíso y el norte Chico, 1750-1830* .Tesis para optar al grado de Magister Artium con mención en Historia de Chile, Santiago, Universidad de Santiago, 1998.

Foucault, Michel, *Vigilar y castigar: nacimiento de la prisión*, Madrid, Siglo Veintiuno, 2005

Freund, Gisèle, *La fotografía como documento social*, Barcelona, Gustavo Gili, 1976.

Gorelik, Adrián, *La grilla y el parque. Espacio público y cultura urbana en Buenos Aires, 1887-1936*, Buenos Aires, Universidad Nacional de Quilmes, 2004

Grez Toso, Sergio, “Una mirada al movimiento popular desde dos asonadas callejeras (Santiago, 1888-1905).” en *Revista de Estudios Históricos*, Santiago, Volumen 3, N° 1. Agosto de 2006. En línea URL:

http://www.estudioshistoricos.uchile.cl/CDA/est_hist_impresion/0,1476,SCID%253D18809%2526ISID%253D650,00.html

Habermas, Jürgen, “Modernidad un proyecto incompleto” en Nicolás Casullo, *El debate modernidad-posmodernidad*, Buenos Aires, El ciclo por asalto, 1995

Habermas, Jürgen, *Historia y crítica de la opinión pública: la transformación de la vida pública*, México, Ediciones G. Gili, 1999.

Habermas, Jürgen, *Teoría de la acción comunicativa*, Madrid, Taurus, 2003

Hall, Stuart, “Notas sobre la deconstrucción de lo popular”. En Rafael Samuel, *Historia popular y teoría socialista*, Editorial Crítica, Barcelona, 1994. Pág

Lewis, Oscar, *Los Hijos de Sánchez: autobiografía de una familia mexicana*, México, Joaquín Mortiz, 1971.

León, Leonardo, “Elite y bajo pueblo durante el periodo colonial: la guerra contra las pulperas en Santiago de Chile, 1763”, en *Monografías de cuadernos de Historia N° 1*, Santiago, Universidad de Chile, 2000.

López, Isidora, *Las ferias libres de Santiago*. Memoria de prueba para optar al Título de Profesora de Estado en la asignatura de Historia y Geografía y educación Cívica. Santiago, Universidad de Chile, 1955.

Luengo L., Juan, “El viejo Matadero Franklin (1912-1972)” en *Revista TecnoVet*, Santiago, Vol. 8, N° 1, 2002. En línea URL:

<http://www.tecnovet.uchile.cl/index.php/RT/article/viewArticle/10505/10559>

Mannarelli, María Emma, *Limpias y modernas: género, higiene y cultura en la Lima del novecientos*, Lima, Ediciones Flora Tristán, 1999.

Moyano, Cristina, *Los vendedores ambulantes en la ciudad horrorizada: el eterno pregón. Santiago 1850-1880. Cambios en la identidad popular*, Memoria de grado para optar al título de Licenciada en Educación en Historia y Geografía, Santiago, Universidad de Santiago de Chile, 2000

Muñoz, Anicia, “Soberanía e identidad popular: sociabilidad en las ferias libres de la comuna de El Bosque en la segunda mitad del siglo XX”, en *Anuario de Pregrado*, Santiago, Vol.1, 2004.

Murillo, Adolfo, *De la educación física de la enseñanza de la higiene*, Santiago, Librería de Oreste L. Tornero, 1872.

Ossandon, Carlos y Santa Cruz Eduardo, *El estallido de las formas: Chile en los albores de la "cultura de masas"*, Santiago, LOM Ediciones, 2005

Ossandón, Carlos, “El Diario Ilustrado: modernidad y ensoñación identitaria” en *Comunicación y Medios*, Santiago, N° 14, 2003, en línea: URL <http://www.comunicacionymedios.uchile.cl/index.php/RCM/article/viewFile/12098/12454>

Portes Alejandro, *En torno a la informalidad: ensayos sobre teoría y medición de la economía regulada*, México, Miguel Ángel Porrúa, 1994.

Portes Alejandro, Haller William, *La economía informal*, Serie Políticas Sociales, CEPAL, Santiago 2004.

Prudent, Elisabet, *Oficios femeninos urbanos y representaciones sexuadas. Santiago de Chile y Buenos Aires en la vuelta del siglo XIX al XX*, Tesis para optar al grado de Magister en Estudios Latinoamericanos, Santiago, Universidad de Chile, 2010

Puga Borne, Federico, *Cómo se evita el cólera (estudio de higiene popular)*, Santiago, Impr. Nacional, 1886 Rama, Ángel, *La ciudad letrada*, Hanover, Ediciones del Norte, 1984.

Rinke, Stefan, *Cultura de masas: reforma y nacionalismo en Chile 1910-1931*, Santiago, Dibam, 2002.

Romero, José Luis, *Latinoamérica: las ciudades y las ideas*, Buenos Aires, Siglo veintiuno editores, 1976

Romero, Luis Alberto, “Condiciones de vida de los sectores populares en Santiago de Chile, 1840-1895”, en *Nueva Historia*, Vol. 3, N° 9, 1984

Romero, Luis Alberto, Rotos y gañanes: trabajadores no calificados en Santiago (1850-1895), en *Cuadernos de historia*, Santiago, no. 8 (dic. 1988), p. 35-71.

Salcedo Hansen, Rodrigo, “El espacio público en el debate actual: una reflexión crítica sobre el urbanismo post-moderno”, En *Eure*, Santiago, Vol. 28, Número 84, 2002

Salazar, Gabriel, *Labradores, peones y proletarios: formación y crisis de la sociedad popular chilena del siglo XIX*, Santiago, LOM Ediciones, 2000

Salazar, Gabriel, *Ferías Libres: espacio residual de soberanía*. Santiago, SUR, 2003

Salazar Vergara, Gabriel, “Empresariado popular e industrialización: la guerrilla de los mercaderes (Chile, 1830-1885)” en *Proposiciones*, Santiago, n° 20, 1991

Santa Cruz Achurra, Eduardo, “Modernización y cultura de masas en el Chile de principios del siglo veinte: El origen del género magazine” en *Comunicación y Medios*, Santiago, N° 13, 2002, págs. 169-184. en línea: URL <http://www.comunicacionymedios.uchile.cl/index.php/RCM/article/viewArticle/12990/13272>

Sarmiento, Domingo Faustino, *Facundo civilización y Barbarie*, Madrid, Editorial Cátedra, 1999.

Sennett, Richard, *Carne y piedra: el cuerpo y la ciudad en la civilización occidental*, Madrid, Alianza Editorial, 1997

Soja, Edward, *Postmetrópolis: Estudio crítico sobre las ciudades y las regiones*, Madrid, Editorial traficante de sueños, 2001

Thorp, Rosemary, *Progreso, pobreza y exclusión. Una historia económica de América Latina en el siglo XX*, Washington, D.C., Banco Interamericano de Desarrollo, 1998

Vicuña Mackenna, Benjamín, *La Transformación de Santiago*, Santiago, Imprenta de la librería del Mercurio, de Orestes L. Tornero, 1872

Wehner Venegas, Leslie Erhard, *Benjamín Vicuña Mackenna: Génesis de la transformación de Santiago*, Tesis para optar al grado de Licenciado en Historia, Santiago, Pontificia Universidad católica de Chile, 2000.