

**LOS KLOPPERS EN SU RUECA: NO MEZCLAR LINO CON
LANA, UNA EXPERIENCIA BOGOTANA 1918-1938**

JOSÉ DAVID ROMERO SARRIA

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE HUMANIDADES
LICENCIATURA EN HISTORIA
MARZO 2017**

**LOS KLOPPERS EN SU RUECA: NO MEZCLAR LINO CON
LANA, UNA EXPERIENCIA BOGOTANA 1918-1938**

JOSÉ DAVID ROMERO SARRIA

**TRABAJO PARA OPTAR TÍTULO DE
LICENCIATURA EN HISTORIA**

DIRECTOR

JAIME EDUARDO LONDOÑO MOTA

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE HUMANIDADES
LICENCIATURA EN HISTORIA**

SANTIAGO DE CALI

AÑO 2017

Agradecimientos

A todos los profesores que apoyaron este trabajo con sus aportes y orientaciones pero especialmente a Isabel Cristina Bermúdez y Jairo Henry Arroyo.

A Jaime Eduardo Londoño Motta que estuvo ahí en el puerto de la incertidumbre como faro para guiar esta travesía.

A Univalle y la facultad de historia que me han enseñado tanto sobre la vida, la amistad y el amor. Por siempre mi casa.

A mis fieles compañeros Edward, Andrés, Adriana y el M.C.E que en las discusiones de banderas siempre tuve mucho que aprender.

A todos los que de alguna manera hicieron un aporte a este trabajo, pero en específico a los funcionarios de la Biblioteca Nacional, Isabella Tenorio, Natalia Pérez y la Revista Salomón.

A Dios que me ha dado la oportunidad de disfrutar los dones de la ciencia.

Dedicatoria

A mi Madre, amor de mis amores

A mi padre y sus historias, que motivaron a hacer esta tesis

A mi hermana, ejemplo a seguir en la dedicación y perseverancia

A mi hermano, mi principito que busco en las estrellas

A toda mi familia, mi mayor círculo de académicos que deseo pertenecer.

A mi segunda familia Velásquez Londoño que están siempre para lo que he necesitado.

A mis amigos Arly, Alejandro y Vruno, porque realmente no hay en el mundo nada más noble y raro que una amistad verdadera.

A Karen, crazy little thing called love.

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	9
1.1 Objetivo.....	9
1.2 Sefardís y askenazis.....	10
1.3 ¿Cuándo surgen los Kloppers?.....	14
1.4 ¿Qué se ha escrito sobre los Kloppers?	16
1.5 Literatura testimonial.....	17
1.6 Desarrollo	19
2. Los Kloppers, empresarios en la calle.....	21
2.1 Objetivo.....	21
2.2 El empresario extranjero en Colombia	22
2.3 El Klopper un empresario	23
2.4 Judíos en las diásporas	26
3. Bogotá de ruanas, pañolón y alpargatas a Chal, corbatón y sombreros.....	29
3.1 Bogotá, una ciudad decimonónica	29
3.2 Dinero en las calles	31
3.3 Memorias del expresidente Alberto Lleras Camargo	33
4. Los kloppers en su rueda, por las hebras de la calle	34
4.1 Objetivo.....	34
4.2 Cambio y dificultades	35
4.3 ¿Cómo funcionaba el negocio?	37
4.4 Tutor de las calles, comunidad y familia.....	38
4.5 La jornada diaria: libreta, restaurante y caminar.....	39
4.6 Clientela	40
4.7 La dificultad de cobrar.....	41
4.8 Industria textil y productos nacionales.....	42
4.9 Ocio, literatura, religión y tradición.....	42
4.10 Diálogo con el plano	44
5. Buhoneros y vendedores ambulantes en la prensa, no mezclar lino con lana.....	47
5.1 La shaatnez y objetivo	47
5.3 ¿Nuestra tribuna?.....	50
5.4 ¿Antisemitismo o disputa comercial?	51
5.5 Debate en la prensa:.....	53
Año 1933	53
Año 1934.....	53

Año 1935	59
Año 1936	61
Año 1937-1940	71
5.6 Compra y venta desde la prensa	73
6. Conclusiones	75
6.1 Simón Guberek	75
6.2 Línea del tiempo	81

LISTA DE GRÁFICOS E IMÁGENES

Tabla No 1. Censos de Bogotá	p. 32
Plano de Bogotá. 1923	p. 46
Imagen N°1. El comercio judío de Bogotá	p. 47
Tabla No 2. Cambios de precios	p. 58
Imagen N°2. Klopper estafador	p. 65
Imagen N°3. Almacén judío en las Nieves	p. 68
Imagen N°4. Klopper Bonachón	p. 72
Línea del tiempo	p. 85

LOS KLOPPERS EN SU RUECA: NO MEZCLAR LINO CON LANA, UNA EXPERIENCIA BOGOTANA, 1918-1938

*Las personas que más influyen en una época
y en su contexto tal vez no son las más reconocidas,
sus nombres escasamente conocidos entre ellos
en sus cofradías y ordenes, con identidades mágicas,
pero la magia solo se ejerce en secreto, y puede
que nunca nadie llegue a conocer la proeza de sus actos.
A lo largo de toda la historia hay príncipes misteriosos,
tanto en las ciencias como en la economía, y en su
momento los Kloppers fueron de esos seres mágicos.¹*

¹ORAGE, A.R. Del Amor y Otros Ensayos, [en línea] <<http://www.rafapal.com/wp-content/uploads/2011/02/Orage-A-R-Del-Amor-Y-Otros-Ensayos.pdf>> [consultado 7 nov.2015]

*adaptación del amor y otros ensayos.

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Objetivo

El principal objetivo del presente trabajo es describir la historia de los Kloppers, un oficio que se repitió en todas las capitales de Colombia y Latinoamérica y que consistió en vender ropa puerta a puerta a crédito. Fue el primer oficio de muchos judíos askenazis con el cual lograron acceder a un capital mayor y convertirse en futuros industriales.

Viajar a través del telar que compone de la historia de los Kloppers en Bogotá y ver cómo se van cruzando las hebras permite identificar las tensiones entre los judíos ambulantes y la resistencia externa de los comerciantes colombianos, que reaccionaron cuando hubo una notable presencia del comercio judío en Bogotá y sintieron que empezaban a romperse ciertas jerarquías establecidas en el comercio y en el vestir de los ciudadanos.

Esta investigación marcha siempre en busca responder esta pregunta: ¿a qué se debe el éxito comercial de los Kloppers? Y se apoya en las respuestas de otras preguntas: ¿en qué condiciones llegaban a Bogotá?, ¿cómo estaban Colombia y Bogotá para favorecer el éxito comercial? ¿Quiénes eran los Kloppers? y ¿cómo fue el proceso de compra y venta?

Los estudios respecto a la Shoah, la Segunda Guerra Mundial y las comunidades judías en el mundo se acrecientan cada día. Existen trabajos fraccionados muy valiosos, aunque gran parte de esta historia permanece en la memoria colectiva de las comunidades y en los archivos oficiales sin clasificar.

Pero a los Kloppers, mencionados en varios trabajos y personajes muy característicos en la literatura latinoamericana, no se les ha dado un valor importante en la cuestión judía. Los estudios siempre tienden a centrarse sobre tres espacios comunes: la *shoah*², antisemitismo y la magnitud de la riqueza judía.

² Término hebreo utilizado para referirse al Holocausto (la aniquilación judía en Europa por la Alemania nazi).

Además, la historia del pueblo judío y el dinero es algo que parece insoluble y ha cargado con un peso que ha dado para muchas polémicas, muertes y tabúes. Cuando uno aborda este tema se ve tentado a agrandar el problema y además muchas personas piensan que existe un pueblo judío unido, rico y poderoso, ubicado bajo un gobierno centralizado, encargado de hacer que funcione una estrategia de poder mundial por medio del dinero³, pero las dinámicas investigadas muestran un pueblo más disperso, con más contradicciones y luchas. Los Kloppers viven un sinfín de trivialidades, lejos de ese estado unificado sionista que invade el internet.

Considero que un fenómeno como Los Kloppers, que fue tan repetitivo y pertinente para la supervivencia judía en sus diásporas latinoamericanas no debería quedar solo en el espacio de la tradición oral. En vista de que en varias investigaciones se nombra al Klopper, pero con cierta aura de historia rosa, con una linealidad irrevocable en la que todos los judíos que fueron Kloppers llegan posteriormente a ser el gran industrial capitalista, cuando realmente se está lejos de esa realidad. Por ello, la presente investigación, más que ser un estudio revisionista de los Kloppers, es un estudio que pretende completar y darles un mayor rostro a estos hombres, aun cuando muchos permanecerán en el anonimato.

También, el presente trabajo hace un aporte del empresario extranjero en Colombia, “ya que, como la mayoría de las historias sectoriales en Colombia, la empresarial aún se encuentra en ciernes, lo que ha impedido superar el planteamiento de diversas propuestas para abordar el análisis del empresario colombiano en diferentes periodos históricos, además de que los historiadores colombianos tienen cierta pasividad por los modelos interpretativos”⁴.

1.2 Sefardís y Askenazis

³ ATTALI, Jacques. Los judíos el mundo y el dinero: historia económica del pueblo judío. 2002. argentina: fondo de cultura económica.2005. p.11

⁴ LONDOÑO MOTTA, Jaime. Lisandro Caicedo, un empresario territorial caucano, en DÁVILA, Carlos (edit.). Empresas y empresarios en la historia de Colombia. Siglos XIX – XX. p. 413

Para una mayor comprensión de los Kloppers hay que tener en cuenta las distintas migraciones judías a Colombia y los tipos de judíos que entraron en los diferentes momentos, dado que cada una tiene sus características propias que son las que determinarán su proceder comercial.

Entre los años 1918 y 1938, Colombia se convirtió en el escenario de refugio para más de mil judíos askenazis, nombre dado a los judíos de origen europeo que se asentaron en Europa central y oriental, principalmente en Alemania, Austria, Hungría, República Checa, Eslovaquia, Polonia, Ucrania, Rumania, Rusia, Bielorrusia, Bulgaria, Lituania y Letonia, que escapaban de su país natal por la crisis económica causada por la Primera Guerra Mundial y el antisemitismo naciente en gran parte de Europa. Después de esas fechas no volvieron a llegar al país judíos askenazis hasta el fin de la Segunda Guerra Mundial debido a que en 1939 Colombia cerró sus puertas para este pueblo y, en octubre de 1941, los nazis prohibieron su emigración.

Los judíos askenazis no fueron los primeros en llegar a Colombia y su ingreso no fue demográficamente significativo si se compara con el EE.UU., Argentina y Brasil, pero en términos cualitativos la presencia de este colectivo se sintió notablemente en la vida económica, social y cultural del país.

La migración judía askenazi del siglo XX no fue la primera en Colombia. Se sabe que los judíos han estado por estas tierras desde el periodo colonial y que en el siglo XIX empezó una segunda ola de migración judía, porque los primeros que habían llegado durante la colonia se aculturaron⁵, no lograron conservar sus costumbres y, al final, terminaron cristianizándose y perdiendo su identidad judía. Los del siglo XIX no corrieron con una suerte diferente. Se sabe que se establecieron mayormente en Barranquilla, lugar donde los dejaban practicar su religión y donde fueron fructíferos en sus negocios. Estuvieron detrás de la fundación de muchas empresas reconocidas de la ciudad. Al final, también se

⁵ Incorporar a un individuo o a un grupo humano elementos culturales de otro grupo.

asimilaron a la sociedad católica colombiana al contraer matrimonio con miembros de las familias barranquilleras de abolengo.

Como explica Adelaida Surdís Nájera⁶, los judíos que llegaron a Colombia en el Siglo XIX eran sefardíes⁷, provenientes de la península ibérica, que vinieron a buscar fortuna. Llegaron con ciertas ventajas a Colombia, hablaban español y traían capital. Varios estuvieron relacionados con las ideas independentistas e incluso algunos que comerciaban con armas le suministraron a Simón Bolívar fusiles para la causa independentista e, instaurada la República, Él permitió la libertad de culto para esta nación. Ellos se organizaron principalmente en Barranquilla, donde emprendieron sus negocios y empresas, donde las redes de familia y parentesco fueron fundamentales para tener contactos con el viejo continente y para el comercio exterior. Especialmente, la isla de Curazao cuenta con una larga tradición judía. En Barranquilla, los judíos empezaron a exportar especies arbóreas, tabaco, algodón, papel, plumas, lámparas de cristal y pólvora. A la vez, estuvieron presentes en empresas pioneras de transporte, como la construcción del ferrocarril y transportes a vapor por el río Magdalena. Entre estos judíos del Caribe colombiano las familias más distinguidas son los Roiz Méndez, Méndez Salas, Isaac, Pardo Dovale, Elbers, Wolf, Sourdis y los Cortissoz, pero la identidad judía solo se mantuvo dos generaciones, pues estas familias se casaron con las elites locales, se convirtieron al cristianismo y cuando, en 1886, empezó la regeneración su educación fue totalmente católica.

Entre sefardíes y askenazis hay grandes diferencias, tanto geográficas como sociales y culturales, ya que, a pesar de ambos ser judíos, su relación era casi nula para el siglo XIX e inicios del siglo XX, hasta el punto de que no era aceptada.

⁶ SOURDIS NÁJERA, Adelaida. Capítulo VI. Los judíos en el Caribe colombiano 1813-1938. En: SOURDIS N., Adelaida, ROJAS, Alfonso V. et al. (edit.). Los Judíos en Colombia: una aproximación histórica Madrid: Casa Sefarad Israel, 2011.

⁷ Son los judíos hispano-portugueses que vivieron en la península ibérica hasta 1492 y también sus descendientes, que, más allá de residir en la península ibérica o en otros puntos geográficos del planeta, permanecen ligados a las culturas ibéricas.

Después de la Primera Guerra Mundial, entre 1920 y 1938, ingresaron al país aproximadamente mil semitas⁸ en condición de refugiados políticos por el antisemitismo que se percibía, mayormente entre ellos askenazíes, naturales de Polonia, unos cuantos de Rusia y de Rumania, y algunos cuantos sefardíes del Medio Oriente.

Los askenazíes fueron personas sencillas, campesinos, artesanos y obreros, aunque también hubo profesionales, pero todos llegaron a Colombia en condiciones de extrema pobreza. No obstante, demostraron un sorprendente poder de adaptación y una enorme disciplina de trabajo. Y en una generación labraron fortuna, educaron a sus hijos y fundaron, como sus antecesores, industrias pioneras en el país. En su unidad y prosperidad, su religiosidad y sus creencias milenarias jugaron un papel importante.

Llegaron a Barranquilla por Puerto Colombia. Para poder residir en Colombia, allí tenían que hacer unos trámites y papeleos en los que la mayoría se gastaban todo el dinero con el que llegaban. Algunos tenían familiares que los recibían, pero la gran mayoría no tenían a nadie y, entonces, otros miembros de la comunidad los recibían y los amparaban por un tiempo, hasta que pudieran acomodarse en el país. Así se reconoce la labor de Alter Cybulkiewicz, un judío que iba al puerto a preguntar si alguien era judío, para ayudarlo y acogerlo en su casa.

A diferencia de los sefardís, los judíos askenazis no se quedaron solamente en Barranquilla. Tal vez por cuestiones de geografía, la temperatura de Bogotá se asemejaba más al clima de su país natal y, siguiendo la misma ruta por donde entraban las mercancías, subieron hacia Cundinamarca. En botes a vapor, navegaron por las turbias aguas del río Magdalena en busca de desembarcar en una carretera que conectara con Bogotá. Existían varias opciones, pero la más importante fue el camino real de Honda, que unía al puerto con Bogotá y cuyos 150 kilómetros las mulas los recorrían en 5 o 6 días, cuando bien les iba. Durante muchos años esta fue la vía más importante de Colombia y vio pasar la historia de Colombia y sus

⁸ HERNÁNDEZ, José Ángel. Capítulo VII, la emigración judía ¿Colombia país de asilo?, años 20 30,40. En: SOURDIS N. Adelaida, ROJAS, Alfonso V. et al. (edit.). op.cit. 2011. p.180

personajes. La mayoría de los viajeros hacían el trayecto a pie, aunque los afortunados lo hacían a caballo o en mula.

1.3 ¿Cuándo surgen los Kloppers?

Con esta nueva migración, la askenazi, es donde aparece el oficio de los Kloppers, “vendedores puerta a puerta de tela y mercancía a crédito, haciendo desgastadoras y largas caminatas con la mercancía a cuesta, por los barrios populares, compitiendo con el comerciante colombiano de almacén de pago de contado”⁹ Pero la comunidad judía askenazi no solo se preocupó por las cuestiones financieras, sino también por mantener su religión y cultura viva. Por ello, empiezan a construir colegios, cementerios, sinagogas, clubes y asociaciones. Adelaida Sourdis dice que esto contribuyó al crecimiento económico de Barranquilla, pues la mayoría de estos extranjeros venían con una mentalidad capitalista, por sus países de origen.

Los nombres utilizados para hacer referencia a la práctica de la venta ambulante de los judíos tienen sus matices nacionales. En Colombia, como en algunas zonas de Centroamérica, este tipo de comercio es desarrollado por los Kloppers, posiblemente una palabra onomatopéyica del yiddish¹⁰ que significa golpeadores, utilizada solo entre los judíos para denominar su oficio, pero el pueblo llano de Colombia sintiendo que la migración mayoritaria era de Polonia hizo que al sistema de fiado se lo denominara “plazos polacos”, y a ellos los llamo “polacos” o “místeres”, pero esta designación cambia en Argentina, donde este oficio es ejercido por el “cuentenik”¹¹.

⁹ SOURDIS. op.cit., p.167

¹⁰ El yiddish es una Lengua hablada por los judíos de origen alemán, que se formó con elementos del hebreo, francés antiguo, alto alemán y dialectos del norte de Italia. Ya que el hebreo es sagrado y solo debe ser empleado en las plegarias o para el estudio de la Torá.

¹¹ en yiddish, designaba a uno que vendía mercancía de puerta en puerta, en varias cuotas

Esta práctica comercial produjo conflictos con los comerciantes colombianos y a ello se sumó el hecho de que en “1920 el mundo sufre una debacle económica, desempleo y caos político y se rumora que los culpables son “la democracia, el marxismo y los judíos”¹²

Además de ese panorama, Colombia siempre fue un país hermético a las inmigraciones extranjeras, concepción apoyada por las nociones católica e hispánica de las oligarquías. No obstante, en 1920 Colombia empieza a tener una apertura económica capitalista, que revoluciona el transporte, lo cual hace necesaria la presencia extranjera.

Establecidos los judíos en el comercio, especialmente en el bogotano, surge una competitividad con los comerciantes colombianos, ya que estos se sienten afectados. Por lo tanto, en Colombia se empieza a acusar a los inmigrantes judíos de ser anticatólicos, comunistas y tramposos. Colombia comenzó a exigir cuotas más altas de inmigración y permitía entrar solo a judíos con ciertos oficios que contribuyeran al progreso del país, que muchos no ejercían, pero que igualmente les aparecía en sus visados. Con ayuda de los colombianos conseguían visas fraudulentas, para poder ingresar al país. Si en el consulado decían que necesitaban “ingenieros” o que solo dejaban entrar judíos con parientes en el país, todos eran ingenieros o todos tenían familiares. Además de esas trabas, una vez dentro del país no podían aceptar oficios, a menos que tuviera un permiso de las autoridades.

Los periódicos *El Fascista*, *El Espectador*, *El Tiempo* comenzaron a atacarlos por sus prácticas comerciales, y al parecer los Kloppers fueron el meollo de la mayoría de disputas, y en sus publicaciones afirmaban: “más de 5000 que ejercen una profesión distinta la que anuncia cuando entran al país”¹³, “al poco de encontrarse entre nosotros y con los ahorros que han podido obtener, ejerciendo el comercio ambulante, establecen almacenes”¹⁴. En algunos casos llegaron a la difamación: “vendedores de ropa podrida”¹⁵.

¹² HERNÁNDEZ. op.cit., p.179

¹³ *Ibíd.* p.187.

¹⁴ *Ibíd.* p.187.

¹⁵ *Ibíd.* p.187.

1.4 ¿Qué se ha escrito sobre los Kloppers?

Aunque cada trabajo sobre la migración judía varía de tema, todos tienden, para iniciar su investigación, a hacer una descripción del Klopper. José Ángel¹⁶ escribe que es un vendedor que, cargando su mercancía, recorría los barrios bogotanos y otras ciudades de Colombia. El Klopper, que es netamente urbano, ya que el turco monopolizó la parte rural, permitió con esta forma de venta a crédito que la clase baja pudiera calzar zapatos y sacos, algo que era solo de “doctores”. Los Kloppers vivieron dos etapas: los primeros judíos en llegar al país y hacer el oficio de Klopper, gentes que con sus ahorros logran establecer almacenes, que son los que, a su vez, dan origen a la segunda etapa, empiezan a recibir correligionarios y, para poderlos ayudar en su almacén, los ponían a vender ropa puerta a puerta a crédito.

Lina María Leal Villamizar¹⁷ explica que, en la segunda etapa de los Kloppers, con la comunidad ellos conseguían facilidad de compra, pues tenían negocios de importación y, a partir de este oficio, democratizaron la vestimenta, que marcaba la diferencia de clases sociales. La mercancía no solo bajo de precio, sino que estuvo al alcance de todos. Pero eso desató disputas con los comerciantes colombianos, que se estaban “arruinando”, y que prosiguieron los ataques por periódicos. Decían: “los buhoneros, que hace poco comían una vez al día, tienen su almacén y viven como ricos”¹⁸, “todo individuo, hombre o mujer, que adquiera mercancía de vendedores ambulantes judíos pagando de contado, está siendo víctima de una estafa gigantesca, esta mercancía es de inferior calidad, la compra el judío a la tercera o cuarta parte del precio en que la comercializa, con el primer contado paga su costo, por lo que los demás son ganancias”¹⁹.

Pero estos ataques llevaron a que la comunidad también se defendiera con la revista *Nuestra tribuna* y dijeran: “el público consumidor está con nosotros, porque sabe que en la

¹⁶ *Ibíd.* p.189.

¹⁷ LEAL VILLAMIZAR, Lina María. Capítulo XIX. Colombia frente a la cuestión judía, 1935 y 1939. En: SOURDIS N. Adelaida, ROJAS, Alfonso V. et al. (edit.) óp. cit. 2011. p. 221-241.

¹⁸ *Ibíd.* p.231.

¹⁹ *Ibíd.* p.231

Avenida de la República obtendrá precios al alcance de sus capacidades económicas”. Y estos continuos ataques motivaron a los judíos cambiar del comercio a la industria.

Pero en 1939 Colombia les cerró la puerta a los judíos, porque “eran perniciosos, expulsados de todos los países se enriquecen y prosperan, perjudican a los industriales y comerciantes colombianos con sus sistema de venta fiada”²⁰. Y en la imposibilidad de poder entrar al país muchos se vieron obligados a regresar o no pudieron salir de su país de origen y quedaron a mano de los campos de concentración. A pesar de los ataques que les los hicieron periódicos a los inmigrantes judíos, nada de esto fue impedimento para que la comunidad judía igualmente tomara estrategias y pudiera salir adelante. Se estableció como una comunidad con colegios, cementerios, sinagogas, industrias, prensa y relaciones internacionales.

Como dice Vivianne Tesone Milhem²¹, hicieron una microrrevolución comercial de un comercio algo atrasado, el colombiano, pues no era suficiente abrir un almacén y esperar a que llegaran los clientes. Había que salir a buscarlos. Incluso otra gente implementó la misma técnica, en busca de nuevos clientes. Entre las innovaciones, Emilsen Perafán²² dice que ellos implementaron la elaboración de las camisas por tallas y con su sistema de fiado lograron hacer transacciones significativas. Pero los judíos colombianos nunca se especializaron en una sola actividad. Estuvieron constantemente cambiando de actividad económica, en una constante búsqueda de nichos de negocios.

1.5 Literatura testimonial

El género Novela testimonial es una de las principales fuentes del trabajo. Se aprovechará de la literatura su vocación creativa, que trasciende los márgenes de su forma, y su capacidad de plasmar en el texto expresiones, palabras y gestos que nos aportan una manera

²⁰ Leal Villamizar, Lina María. Colombia frente al antisemitismo y la inmigración de judíos polacos y alemanes, 1933-1948. 2011 Universidad Nacional de Colombia. p. 41.

²¹ TESONE MILHEM, Vivianne. Capítulo X. expansión judía en Bogotá, en: SOURDIS N., Adelaida, ROJAS, Alfonso V. et al. (edit.). óp. cit. 2011. p.245-263.

²² PERAFÁN CABRERA, Emilsen. Migrantes judíos a Cali durante el siglo XX y su incidencia en la economía caleña, Colombia 2002. Universidad del Valle.

de ver el mundo, una expresión de la conciencia, un testimonio de los acontecimientos y una manera en que la subjetividad del autor impregna el tiempo y el espacio desde donde narra. Y la escritura no es solo una defensa contra el olvido, sino una forma de certificar la experiencia, dejar huella y marcar una impronta indeleble en las páginas de la historia²³.

La figura del ambulante es recurrente en la literatura judía latinoamericana como aquel oficio pesaroso que muchos hombres llevan a cabo en busca de fortuna y mayor estabilidad económica. En los relatos del vendedor a plazos siempre existe una referencia nostálgica de un oficio amargo, que se enfrenta con otras pasiones y angustias, la ausencia de la familia, el recuerdo de la tierra y la tradición, el amor por las letras, como lo expresa Senkman: “Se hace *cuenteñik* y muy pronto un próspero comerciante instalado que logra abandonar rápidamente la habitación de conventillo y consigue poseer casa propia. Y si la fortuna comercial no le acompaña es porque extraña más los libros que recorrer las calles de Buenos Aires”²⁴. Los ejemplos son ricos en los libros de autores latinoamericanos, como la novela del peruano Isaac Goldemberg, *La vida a plazos de Don Jacobo Lerner*; la obra del escritor costarricense Jacobo Schifter, *Hitler en Centroamérica*; el texto del argentino Samuel Pecar, *La generación olvidada*, o los cuentos de Bernardo Kordon, en *Manía ambulatoria*.

Por lo tanto, la investigación, aprovechando las características de la literatura, reconstruye las dinámicas del oficio Klopper, a partir de tres obras literarias que narran la integración judía en Colombia, sabiendo que cada texto varía en forma, género y tiempo de publicación: *Gentes en la noria: cuentos bogotanos* (1945), de Salomón Brainski; *Yo vi crecer un país* (1974), una autobiografía de Simón Guberek y *El rumor del Astracán* (1991), de Azriel Bibliowicz.

²³ CARDONA, Lorena. Letras en la diáspora: Literatura Judía en Colombia, siglo XX. Universidad de Chile. Cuadernos Judaicos [en línea] <www.cuadernosjudaicos.uchile.cl/index.php/CJ/article/download/38077/39728> [consultado el 23 abril del 2015].

²⁴ Senkman, L. La identidad Judía en la literatura Argentina. Buenos Aires: Editorial Pardes. (1983).p.79

Los tres autores tienen una experiencia muy cercana al oficio de los Kloppers. Salomón *Brainski* (1902-1955) es un intelectual polaco de Zelechow que, impulsado por las persecuciones del nazismo, llegó a Bogotá cuando aún era un adolescente, en 1934, y falleció en 1955. Al llegar a Colombia, combinó su trabajo mercantil y artesano con la producción de algunas obras literarias, la más reconocida en el ámbito colombiano es *Gentes en la Noria*.

Simón Guberek nació el 10 de julio de 1903, en Zelechow, y murió el 21 de mayo de 1990, en Bogotá. Vivió en su pueblo natal hasta 1921, cuando viajó a Israel para radicarse en Tel-Aviv, donde trabajó como obrero en la construcción de calles y fundó un equipo de fútbol. En 1928 regresó a Polonia, pero la difícil situación de la comunidad judía lo llevó a emigrar a Colombia, país al que llegó el 20 de enero de 1929 por el puerto de Barranquilla. Radicado en Bogotá conoció a Lili Rabinovich, nacida en Rumanía, con quien se casó el 31 de marzo de 1930.

Azriel Bibliowicz nació en Bogotá, en 1949. Estudió Sociología en la Universidad Nacional de Colombia y terminó su licenciatura en 1973. Continuó estudios de postgrado en la Universidad de Cornell, Estados Unidos, donde obtuvo un Ph.D. en Sociología y Comunicaciones, en 1979. Realizó, además, estudios suplementarios en literatura en el Departamento de Lenguas Romances. Ha sido profesor de sociología, comunicaciones y literatura en las universidades: Nacional, Andes, Javeriana, Valle y Externado de Colombia. En la actualidad es Profesor Asociado de la Escuela de Cine y Televisión en la Facultad de Artes de la Universidad Nacional, donde enseña autores clásicos²⁵.

1.6 Desarrollo

La estructura del texto se desenvuelve de una manera práctica para hacer una investigación. Divido en tres partes generales: primero, un balance historiográfico sobre el empresario en

²⁵ *Ibíd.* p. 14.

donde se hace una definición teórica del empresario; luego, un contexto de Colombia en su momento y se termina con una descripción densa de la labor del Klopper.

El trabajo se divide en cuatro capítulos. El primero relaciona al Klopper con las principales teorías empresariales y las características propias del pueblo judío, para poder considerar al Klopper como un empresario. Incluso también se tienen en cuenta los rasgos del empresario colombiano en este contexto, como la transición del comercio a la industria, la diversificación, en vez de la especialización, y la industria artesanal²⁶.

El segundo capítulo es una breve reseña de cómo era el comercio de Bogotá antes de la llegada de los judíos, para poder entender sus innovaciones y los alcances que tuvieron en el comercio.

El tercero es una descripción de las relaciones entre los Kloppers. Se muestran hechos fortuitos, no deliberados, de ocurrencia ocasional, y que, por lo tanto, no son considerados en las previsiones y programaciones que se hacen a la hora de teorizar, pero que constituyen con frecuencia “factores ocultos”²⁷ del desarrollo, en donde juegan una cantidad de variables propias del progreso, que afectan y moldean todo ese mundo económico, que va moviendo el comercio interno de una ciudad.

Y el último capítulo a partir de los principales periódicos de Bogotá reconstruye una discusión entre el colombiano y los judíos, para poder percibir el impacto de los judíos en el comercio bogotano.

²⁶ MONTENEGRO, Santiago. Breve Reseña de la Industria Textil. En: Colombia. Revista de Extensión Cultural - No. 13 - 14 (dic. 1982).

²⁷ ARROYO, Jairo Henry. VÁSQUEZ, Edgar. Reseña histórica. Cadenas productivas y aspectos sociales del Valle del Cauca, p. 26.(2006)

2. LOS KLOPPERS, EMPRESARIOS EN LA CALLE

2.1 Objetivo

Como lo dice Carlos Dávila²⁸, en los últimos años ha crecido un interés por los estudios empresariales. Esto nos lleva a preocuparnos por los riesgos de los trabajos contratados por empresas y empresarios y también a pensar en la difícil tarea de hacer Historia empresarial sin los conceptos adecuados que, muchas veces, no permiten superar el esquema “romántico” de las historias de empresarios.

El concepto de empresario es un término últimamente bastante popularizado, trivializado y utilizado sin discreción para justificar un sinnúmero de proyectos, pero también es relegado a un tercer plano por académicos. Tal vez por modestia, temor o prudencia han rebajado a personas del ámbito comercial y económico a ser comerciantes, negociantes, hombres de negocios y terratenientes comerciales, etc. El uso de estos términos está justificado por la falta de experiencia, su incursión en la política, la falta de planeación y la diversificación comercial de estos hombres.

Por tanto, el objetivo de este capítulo es puntualizar al Klopper como un empresario, identificando sus características desde diferentes puntos, que incluyen el ser extranjero y judío. Se apoya en la teoría empresarial y trata no de hacer una *checklist*, sino de mostrar cómo se refleja su actuar ante las diferentes circunstancias que enfrenta alguien que emprende un negocio.

²⁸ Dávila Ladrón de Guevara, Carlos. Historia empresarial de Colombia: estudios, problemas y perspectivas. Colombia: Universidad de los Andes, 1991.

2.2 el empresario extranjero en Colombia

De acuerdo con Frank Safford²⁹ lo que predomina en los textos en inglés sobre la historia empresarial colombiana es el papel protagónico de los extranjeros en la economía colombiana, como seres de cambio y de innovación empresarial y presentan al criollo como un actor receptor pasivo. Al observar las innovaciones de organización y técnica extranjera, se ve que principalmente eran ingleses y norteamericanos. No cabe duda de la importancia de los extranjeros, pero también la investigación muestra que los colombianos igualaron sistemáticamente e incluso muchas veces los superaron.

La mayoría de extranjeros en Colombia se dedicó al comercio y a la producción artesanal. Se ubicaron principalmente en Antioquia, Bogotá y el caribe. La clase alta³⁰ siempre recibió muy bien al extranjero a causa de sus elementos culturales, aunque muchos llegaron con muy poco capital pero rápidamente adquirieron importancia en el mundo de los negocios y así obtuvieron la posición dominante de las clases altas del país.

Pero también muchos comerciantes extranjeros fracasaron simplemente porque el volumen del mercado colombiano era muy pequeño, incluso el extranjero erró más que los colombianos, ya que el criollo se decidió por la elaboración de productos de primera necesidad y los extranjeros, por los artículos de lujo, que tenían un consumo más reducido.

El extranjero siempre tuvo mayor conocimiento técnico y era más solicitado en las empresas, pero no se ve claramente que el extranjero haya tenido una mayor astucia comercial que los colombianos para tener un mayor resultado económico, ya que incluso se

²⁹SAFFORD, Frank. Empresarios nacionales y extranjeros en Colombia durante el siglo XIX. Anuario colombiano de historia social y de la cultura. No. 4 (1969)

³⁰ Definición tipo ideal

caracterizaron por su falta de cautela y se expusieron muchas veces a aventuras comerciales quijotescas³¹.

Entonces, podríamos responder concisamente que las ventajas que tenía un empresario extranjero sobre uno colombiano evidentemente eran el manejo de un idioma extranjero, que lo familiarizaba con el comercio internacional y le permitía conocer el mundo industrializado.

2.3 ¿El Klopper un empresario?

Dejando de lado las explicaciones sociológicas de la Colombia del siglo XX, como el tradicionalismo, que explica la falta de movilidad social, entonces no se motivaba la empresa y el riesgo haciendo del empresario algo insólito³², lo que permitía al foráneo ciertas actitudes de empresario, ya que era juzgado como extranjero y no como paisano. Pero no hay que negar que la sociedad colombiana era una sociedad en la cual predominaban los valores aristocráticos de su clase alta y esto dio pie a un desprecio por el trabajo manual³³, como explica Frank Safford.

El empresario se caracteriza por ser figura central para la economía y desarrollo industrial mediante la relación de sus funciones³⁴, que influyen en el desarrollo económico. Este agente está influido por una especie de patrón que lo diferencia de otros miembros de la comunidad, dado que su respuesta a las condiciones impuestas por el medio le permite asumir tareas que derivan en resultados económicos concretos³⁵.

³¹ *ibíd.*, p 110

³² LIPMAN, Aarón. *El Empresario Bogotano*. Colombia: Ediciones Tercer Mundo, 1996. p. 40.

³³ FRANK SAFFORD, *Aspectos del siglo XIX en Colombia*. Ediciones Hombre Nuevo, Medellín, 1977. p. 172-175

³⁴ TORRES VILLANUEVA, Eugenio. *Funciones empresariales, cambio institucional y desarrollo económico*. En Carlos Dávila Ladrón de Guevara (comp.), *Empresas y empresarios en la historia de Colombia. Siglos XIX-XX*. Una colección de estudios recientes, Bogotá, Grupo Editorial Norma, 2003. pag12

*Teoría F. Knight, su función principal es decidir qué hacer y cuándo llevarlo a cabo.

³⁵ MONTOYA, Jaime. "ensayo sobre capacidad empresarial.". paginas: revista académica e institucional de la u.c.p.r..(1989)

La principal labor del empresario es responder a la incertidumbre, el riesgo y el beneficio. Como el judío recién llegado, primero debió concebir un negocio determinado, un plan de inversión y juicios prácticos de probabilidad de éxito. Eso se refleja en el hecho de que muchos judíos en su tierra natal no habían tenido acceso a la educación y eran artesanos³⁶ y en estas tierras pretendían ejercer sus oficios pero, por el desconocimiento del idioma y la carencia de capital, les resultaba muy difícil dedicarse a los oficios que ya conocían o, incluso, algunos llegaban muy jóvenes y no tenían un oficio definido. Entonces, la venta a plazos, ser Klopper, era la opción más sencilla y como también compraban con créditos a algún correligionario. Por lo tanto, la falta de capital no resultaba un problema³⁷.

Belidor, Cantillon y Knight³⁸ coinciden en afirmar que el deber principal del empresario es asumir el riesgo y la incertidumbre. Una estrategia para disminuir el riesgo y la incertidumbre fue vender la ropa a crédito, con precios elevados, ya que entregaba la mercancía al comprador, sin tener la certeza de que la próxima vez tuviera con qué pagar y, con toda seguridad, podemos decir que los Kloppers fueron grandes especuladores.

Unas de las primordiales acciones que permiten el cambio y desarrollo económico es la innovación. Schumpeter dice que el empresario es elemento de desequilibrio. Sombart es el primero en acuñar el término de destrucción creativa, proceso de innovación en que nuevos productos destruyen viejas empresas y modelos de negocio, claramente presenciado en los Kloppers, innovadores de diversas maneras. Produjeron una destrucción creativa de muchos almacenes que estaban establecidos en Bogotá con su nuevo sistema de ventas puerta a puerta. Al relacionarlo con los diferentes tipos de innovaciones de Schumpeter, estos coinciden con *la apertura de nuevos mercados*, vender hacia las periferias bogotanas y llegar a personas a quienes no las acogían los almacenes, que se encontraban solo en la calle Real (ver plano, pág. 46). Diferentes prácticas innovadoras efectuaron los Kloppers. Entre ellas, vender ropa por tallas, vender a crédito y, tal vez en mi criterio la más

³⁶ Zapateros, sastrería o platería.

³⁷ GUTIÉRREZ SOLANO, Juliana. Historia de la migración askenazi a Colombia. Universidad nacional. 2011. p. 65.

³⁸ TORREES. Op. Cit. P.9

significativa, crear una producción nacional con pequeñas máquinas de coser, lo que disminuyó el precio de las prendas e hizo la vida menos costosa, pero todas estas innovaciones pueden considerarse como incrementales³⁹, pues ninguna muestra carácter de innovación radical.

Marshall y Say⁴⁰ consideran la importancia del empresario por la capacidad organizativa de poner en movimiento el capital y ser un agente dinamizador que ayuda a reproducir las innovaciones y las mercancías. Tal vez los Kloppers no hicieron transacciones voluminosas, la venta a créditos se basaba más en pequeños centavos diarios, pero su oficio permitió distribuir nuevas prendas a toda la sociedad bogotana, lo que le cambió radicalmente el rostro a la ciudad.

Hoselitz explica que las innovaciones son la base del desarrollo económico y el Klopper siempre trató de estar innovando y buscando nuevos negocios, nuevos productos, nuevas redes de producción, por lo que hay que advertir que el oficio Klopper fue la base para que varios judíos pudieran dar el salto a la producción industrial y abrieran una alta gama de empresas, la mayoría en producción de objetos de primera necesidad, comidas, ropa y aseo.

El móvil principal que seduce a alguien a ser un empresario son las motivaciones y recompensas. Shumpeter dice que puede reflejarse en poder y prestigio. Baumol⁴¹ dice que en cada sociedad varían, pero con los Kloppers no se tiene claro cuál fue su recompensa, aunque me atrevería a decir que uno de los motores principales era reconstruir su hogar roto. Se sabe que muchos habían llegado con la esperanza de poder traer con ellos más familiares, amigos, amores y rabinos. También pudo ser, según la teoría de Hagen, que explica: “los líderes e innovadores son miembros de la elite que han perdido su status que se sentían con derecho a ocupar, como los judíos en muchos países. O, si no, también un

³⁹ SHUMPETERR, Joseph. Teoría del desenvolvimiento económico. Fondo de cultura México. p. 71-74.

* Se considera innovación incremental cuando se crea un valor sobre un producto que ya existe, añadiéndole nuevas mejoras. Este tipo de innovación parte de una base conceptual ya existente e introduce ciertos cambios. Teoría shumpetariana.

⁴⁰ TORRES, Op. Cit. p 10.

⁴¹ Ibíd. p 14.

miembro de un status de segura aceptación en la sociedad que luego lo perdió todo, había sido parte integral de una sociedad y después fue psicológicamente rechazado por ella. Su discriminación es compensada con triunfar en los negocios”⁴².

En conclusión, el Klopper fue un empresario, porque claramente tiene presentes todas las características que han definido a un empresario: innovación, riesgo, incertidumbre, recompensa, juicios prácticos, capacidad organizadora, disponibilidad de capital, agente de producción y sujeto de cambio con la capacidad de iniciar actividades económicas nuevas o de mejorar las existentes. Al igual que todo empresario, debió tener la capacidad de tomar decisiones racionales y de riesgo, ser líder de sus negocios, teniendo en sus manos la coordinación y manejo de los recursos, donde aplicaron la innovación y la tecnología, teniendo que ser gerente, asumiendo los riesgos y denunciando las ganancias.⁴³.

2.4 Judíos en las diásporas

Como bien se sabe las diferentes culturas y etnias tienden a comportarse de diferentes maneras en el momento emprender por eso es importante mencionar a Jacques Attali⁴⁴ que en su trabajo hace un pormenorizado análisis de la historia económica del pueblo judío, en un periodo de larga duración, que va desde Abraham hasta este nuevo milenio, y a partir de ese estudio logra identificar unas leyes propias del pueblo, cuando llega de foráneo a nuevas tierras. Son leyes que explican su supervivencia y su importancia radican que son tomadas y explicadas a partir de la propia Tora y Talmud.

Unas de las principales exhortaciones que hace el talmud es motivar al trabajo, ya que un desocupado es peligroso para la comunidad. Aquel que vive del trabajo de sus manos es superior al hombre piadoso que cree en Dios⁴⁵.

⁴² LIPMAN, óp. cit. p. 47.

⁴³ Ibíd. p. 45.

⁴⁴ ATTALI, Jacques. Los judíos el mundo y el dinero: historia económica del pueblo judío. 2002. argentina: fondo de cultura económica.2005.

⁴⁵ ATTALI, op cit. p. 56.

Attali diferencia las leyes y explica tres principios de la economía de supervivencia del grupo extranjero: el primero es el trabajo: “cada uno debe trabajar en un oficio libre y solitario”; el segundo, la competencia: “cada cual debe aceptar la competencia”, lo que le permite tener la posibilidad de hacer fortuna, pero también le hace correr el riesgo del fracaso y torna necesaria la solidaridad, que es el tercer principio. Además de estos principios, el extranjero, en lo posible, debe ser útil a los anfitriones que los reciben. El judío debe ser un buen patrón. Incluso el talmud reprende el retraso de salario, considerado tan grave como un homicidio. A partir de estos principios están hechas muchas pequeñas empresas.

Aunque la economía no es para nada judía⁴⁶, hay una generalizada idea de que la religión judía está intrínsecamente relacionada con los negocios. Esto incluso obedece poco a la ley, pero tres milenios de historia muestran cómo se constituyó poco a poco el mito del judío fascinado por el dinero, que se vuelve omnipotente. Pero la historia nos muestra la extrema diversidad de los destinos del judío y ningún hilo conductor parece relacionar a lo largo de los siglos a esos mercaderes que estudian textos a la luz de una vela al tiempo que transportan fardos de algodón en naves que hacen la ruta del Adén hacia la India, esos sastres que cosen pieles en tenderetes de un pueblo polaco, esos dirigentes comunistas rusos, esos obreros polacos, esos industriales alemanes, esos exploradores de América y China, esos músicos vieneses, esos portuarios de Odesa, esos ropavejeros en el Bled argelino. Sin embargo todos ellos se enfrentan a la misma elección: instalarse, volverse sedentarios, asimilarse y perder su identidad (como sucedió con los primeros judíos sefardíes en Colombia) o bien seguir siendo ellos mismos, cumplir tareas que los otros no quieren hacer, correr el riesgo de seguir siendo perseguidos y expulsados.

Los que eligieron una de esas mil y una maneras de persistir en su ser mostraron que no hay cultura judía sin una dimensión nómada, que solo hay riqueza al servicio de una ética y nada es bueno para ellos si no lo es también para el mundo. Más precisamente, los judíos garantizan, desde hace tres mil años, los tres servicios esenciales prestados por los viajeros:

⁴⁶ *Ibíd.* p. 470.

descubrir, relacionar e innovar⁴⁷. Actividades necesarias para las sociedades modernas y el desarrollo de empresas.

Descubrir. Cualquier descubrimiento es necesariamente resultando de un vagabundeo nómada. El primero fue la unicidad de Dios, que le permitió viajar con ellos y su condición nómada lo convierte en un especulador nato, ya que en el viaje se prevén los riesgos del futuro. Por eso están presentes en todos los oficios ligados a la estimación de riesgo.

Relacionar. Descubrir es sencillamente relacionar campos que a priori no tienen relación entre sí, como hacen, entre muchos otros, territorios sedentarios entre ellos, creando redes de comunicación culturales y comerciales entre pueblos, grupos sociales y empresas, etc.

Innovar. También aportan cosas nuevas en los oficios más sedentarios, capitales, mercancías e ideas. Por eso, por mucho tiempo son mal vistos: se los señala de perturbar el statu quo.

Pero el ser nómada conlleva el riesgo de desaparecer por la violencia y también por la paz de quien los asimila. Por lo cual, para perdurar necesitan mezclar permanencia y cambio, corto y largo plazo. Entonces los judíos se han adaptado a siete leyes nunca explícitas, pero siempre aplicadas en todas las diásporas, que podremos observar en los siguientes capítulos con los Kloppers:

1. Vivir en grupo. Para protegerse de las persecuciones.
2. Permanecer incesantemente al asecho. Estar dispuesto a marcharse en caso de peligro.
3. Transmitir la herencia cultural a las generaciones siguientes.
4. Imponerse una moral muy austera.
5. Aceptar la ley del anfitrión, sin perder la suya. Vivir las lealtades simultáneas y no sucesivas.
6. Aceptar los aportes extranjeros, ideas, lengua, cultura... etc.
7. Crear riquezas nuevas o servicios nuevos⁴⁸.

⁴⁷ ibíd. p. 486.

⁴⁸ Ibíd. p. 486.

Estas leyes describen perfectamente las prácticas sociales, económicas y culturales que adoptaron los judíos en Bogotá y aunque unas son más perceptibles que otras todas pero todas eran igual de fundamentales para su instalación en la capital.

3. BOGOTÁ DE RUANAS, PAÑOLÓN Y ALPARGATAS A CHAL, CORBATÓN Y SOMBREROS

3.1 Bogotá una ciudad decimonónica

En Colombia, igual que en otras partes, el siglo XIX se prolongó hasta la primera guerra mundial⁴⁹, cuando aparecen algunos sectores nuevos y más modernos de desarrollo industrial. Cuando Bogotá comenzaba a dar sus primeros pasos en el siglo XX, la vida tenía mayores contrastes que ahora. Las oposiciones que existían entre la vida y la muerte, la pobreza y la riqueza eran muy grandes y las divergencias sociales se hacían muy notorias, especialmente en el vestir, ya que el traje era todavía una forma de distinguirse socialmente.

Como explica Enrique Martínez⁵⁰, en 1920 Bogotá era un pueblo grande con 150.000 habitantes, que estaba creciendo, especialmente por las migraciones internas, pero era una ciudad con problemas de higiene. Un hecho que marcó esta situación fue el brote de la influenza española que mató a 1.500 personas y contagió a 100.000 de los 150.000 habitantes. Estas cifras tan elevadas describen bien la situación de la higiene en Bogotá. Así se empieza a expandir la ciudad hacia las periferias, en donde unos judíos askenazis, Salomón Gutt, Joseph Eidelman y Rubben Possin, crean proyectos de urbanización apoyados desde la gobernación. Para el desarrollo de su proyecto urbanístico tuvieron en cuenta plazas, iglesias, fábricas, tranvía, calles, solares, parques, aire limpio, provisión de agua y créditos. Pero ellos, a pesar de ser judíos askenazis nunca se hicieron miembros de

⁴⁹ MOLINA, Gerardo. citado en: DEL CASTILLO DAZA, Juan Carlos. Bogotá, el tránsito de la ciudad moderna 1920-1950. Colombia 2003, editora Guadalupe. p. 73.

⁵⁰ MARTÍNEZ RUIZ, Enrique. capítulo VIII. Carrera Besarabia: los judíos y las nuevas urbanizaciones de Bogotá. En: SOURDIS N. Adelaida, ROJAS, Alfonso V. et al. (edit.) óp. cit. 2011. p. 197-240.

la comunidad judía bogotana, y fueron más bien un punto aparte que solo se llegaron a relacionarse en ritos religiosos.

Se suma que Colombia, por su geografía tan fraccionada, dio origen a un comercio diferente al de otros países latinoamericanos. Cualquier persona que pretendiera llegar por el occidente a Bogotá (antes Santafé), debía recorrer un tortuoso camino desde el río Magdalena y exponer su vida a toda clase de peligros, entre los que se destacaban los numerosos precipicios, deslizamientos, pantanos y lodazales⁵¹. Varios historiadores coinciden en señalar cómo esa fragmentación impidió una relación entre las diferentes regiones, que dio origen al concepto “archipiélago ecológico”, acuñado por Luis Eduardo Nieto Arteta y luego retomado por autores como José Antonio Ocampo, Anthony McFarlane, Marco Palacios, Frank Safford, Germán Colmenares y Miguel Urrutia, en el que la economía era un autoabastecimiento de pequeñas regiones incomunicadas entre sí, que no permitían redes de intercambio a larga distancia y la producción consistía en una especialización regional presente desde el periodo colonial⁵².

Esta fragmentación dio origen a un monopolio de importaciones que controlaba una elite en Bogotá, lo que significaba acceso a la cultura extranjera, que servía para afianzar su posición social, y los bienes materiales, como objetos, ropa y comida, consolidaban esta posición. Esta elite dominaba sobre el centro de Bogotá y el comercio desarrollado ahí, pero avanzado el siglo XX esa dominación dejó de percibirse, cuando se empezó a transformar el centro de Bogotá, pues tiempo atrás el centro fue el lugar de vivienda y trabajo de casi todos los grupos sociales de la ciudad, lo cual hizo difícil diferenciar los grupos sociales en el espacio. El ruido de los carros en las calles estrechas incomodaba la vida diaria y las edificaciones construidas antes de 1930 dejaron de formar parte del conjunto “moderno”. La imagen de hogar en la nueva ciudad “moderna” empezó a cambiar

⁵¹ MORA PACHECO, Katherine Giselle. Monotonía, aislamiento y atraso agrícola. Descripciones de viajeros del siglo XIX e historia agraria de la Sabana de Bogotá. En: *Historelo*. No.14. 2015. P184

⁵² *Ibíd.* P.196

por la casa del gran jardín y los bogotanos con recursos económicos, en vez de modernizar sus casas del centro, comenzaron el éxodo a hacia nuevos barrios, ubicados en el norte⁵³.

3.2 Dinero en las calles

De acuerdo con James D. Henderson, en su libro *La modernización en Colombia*, a pesar de todos los traspies de la economía colombiana, las décadas del 20 y el 30 son épocas de un crecimiento económico con muchos cambios y transformaciones. La mayoría de ellas en la cultura material del país, pero con efectos significantes de cambio social y cultural.

Sin duda, el hecho decisivo de las primeras décadas del siglo XX fue la expansión de la economía cafetera sustentada en la pequeña producción parcelaria del occidente del país, lo que significaba no solo un desplazamiento de las zonas de producción, sino, ante todo, la presencia de nuevas formas de organización social y productividad.

Colombia a mediados de los 20 estaba inundada de dinero, en un sentido relativo. No era que todo el mundo fuera rico. A este periodo se le asignó el nombre de la “Danza de los millones”. Esa abundancia llevó a una orgía de gastos, que logró percibirse en un cambio de estilo de vida, aspiraciones y cambio de estructuras sociales⁵⁴. Los más ricos se arriesgaron a invertir en carros; los nuevos ricos, a pedir prestado dinero para construir edificios en las ciudades y conseguir nuevas victrolas, pero también hay que decir que Colombia era un país donde la mayoría de ciudadanos usaban alpargatas y eran analfabetas y los ricos malgastaban el dinero de manera ostentosa y a veces ofensiva. Y que el café era el producto que les daría la mayor ganancia a los particulares.

⁵³ CARDEÑO MEJÍA, Freddy Arturo. Historia del desarrollo urbano del centro de Bogotá (localidad de Los Mártires)[en línea].
<http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/observatorio/documentos/investigaciones/estadosArte/HistoriaBta_Martires.pdf > [consultado 26 mar 2015].

⁵⁴ HENDERSON, James D. Capítulo 5: El dinero llega a Colombia. La modernización en Colombia. Los años de Laureano Gómez, 1889-1965. U. de Antioquia. 2006.

La industrialización colombiana también avanzaría en las dos primeras décadas del siglo XX, primordialmente sobre el sector textil y las manufacturas. En las ciudades, gracias a las tributaciones del café, los trabajos empezaron a florecer con las obras públicas, con mejores salarios que en los sectores agrícolas. Esto motivó migraciones internas. Para el caso de Bogotá se puede ver un crecimiento demográfico constante. En la tabla 1 y el gráfico 1 se aprecia el crecimiento de Bogotá hasta mediados del XX y cómo experimenta una enorme dinámica en términos relativos, siempre con tendencia a duplicar su población. Una disposición que mantuvo hasta terminar el siglo⁵⁵. Bogotá dejaba de ser el pueblo grande para empezar a caminar a la metrópolis que es hoy.

Tabla No 1. Censos de Bogotá

Año	Habitantes	Habitantes nuevos	Fuentes
1912	121.257	80.374	Habitantes Censo General de la República de Colombia, levantado el 5 de marzo de 1912.
1918	143.994	22.737	Habitantes, censos de población de la República de Colombia, levantado el 14 de octubre de 1918.
1928	235.702	91.708	Habitantes, censo de población, 1928.
1938	325.650	89.948	Habitantes. Censo general de población, 5 de julio de 1938.
1951	715.250	389.600	Habitantes, censo de edificios y viviendas de 1951.

Cuadro elaborado por Carlos Eduardo Ángel Villegas. En: Un modelo ambiental para Bogotá por escenarios demográficos en el corto, mediano y largo plazo. Secretaría Distrital de Ambiente.2010.

Una vez que los colombianos comenzaron a tener dinero empezaron a gastarlo. Esto tuvo un efecto revitalizador sobre los mercados nacionales, que pronto se expandieron para ofrecer los productos exigidos tanto para el consumo personal como para la inversión. Particularmente, se presenció la proliferación de industrias que satisfacían las necesidades de los consumidores: textiles, cerveza, azúcar, cemento y aceite de cocina.

⁵⁵ ÁNGEL VILLEGAS, Carlos Eduardo. Un modelo ambiental para Bogotá por escenarios demográficos en el corto, mediano y largo plazo. Secretaría Distrital de Ambiente.2010.

La vida comercial moderna introdujo una serie de factores que destruyeron pronto el sistema tradicional, dado que antes de que llegara el dinero en cantidades sustanciales la población colombiana era en su mayoría campesina.

Colombia había dado vida a una economía capitalista, un desarrollo de implicaciones revolucionarias gracias al café. Pedro Nel Ospina fue quien inició esta maratónica campaña, pues formó el primer copo de nieve para desbordar una avalancha de la economía colombiana.

Para esas décadas la nación había creado una clase de agricultores relativamente independiente y relativamente rica, con una visión capitalista y persuadida de las virtudes del libre mercado y, por primera vez en su historia, las montañas de Colombia contribuían al desarrollo nacional en lugar de impedirlo.

3.3 Memorias del expresidente Alberto Lleras Camargo

Estas memorias se citan dado que Alberto Lleras Camargo explica muy bien en sus memorias cómo era el comercio y quiénes eran los comerciantes en Bogotá a comienzos del Siglo XX:

Don Rafael era probablemente el más orgulloso pero no el más importante Camargo de toda la familia. Era comerciante, oficio que estaba entre los más altos, de mejores y más empenachado status en esa época, antes de la llegada de los judíos. Los grandes nombres colombianos figuraban todos en las dos calles de Bogotá dedicadas al comercio, la real y la de Florián. Eran de las familias que habían dado, y seguían dando, al país, presidentes, ministros, obispos, y tenderos. Probablemente había ocurrido ese fenómeno excepcional en el mundo, muy raro en América, por las inmensas dificultades de transporte de la costa a la sierra... era una empresa que requería mucho dinero, mucho crédito en el exterior, mucha influencia con las autoridades, mucha paciencia... las tiendas, pues, exhibían los grandes apellidos de la casta aristocrática casi como justa conmemoración de sus hazañas... “la oligarquía mercantil se asentaba vigorosa sobre las demás capas sociales”⁵⁶.

Las personas de clase alta, conformada por los descendientes de las antiguas familias españolas y que comprende la clase gobernante del país, eran los principales comerciantes,

⁵⁶ LLERAS, Alberto. Mi gente. Colombia: El Ancora Editores; 1991. p. 156-157.

banqueros y hombres de negocios, pero con la llegada de los judíos a Bogotá se va a transformar este comercio y la ciudad. El expresidente tiene muy presente el acontecimiento:

Hasta que la nueva diáspora lanzó sobre el país, algunos años después, a centenares de judíos que hicieron una revolución en los métodos comerciales, comenzando por darle crédito a la gente pobre, por el sistema de plazos, que se habrían de llamar, precisamente, “plazos polacos”, porque la mayoría venían de Polonia o de Rusia. Poco a poco la ciudad, hasta entonces descalza, comenzó a calzarse. Las sirvientas, la inmensa y dispersa clase ancilar cuya situación no se diferenciaba mucho de la esclavitud anterior, de origen indígena, pudieron vestirse con algo más que los trajes abandonados por las señoras. La alpargata fue desapareciendo. Los “polacos” eran acreedores exigentes, algunos ejercían la usura en buen éxito... pero dudo mucho que se haya alterado y mejorado la fisonomía de una ciudad y de un país más radicalmente como lo fue con la aparición de los polacos en los años veinte y treinta⁵⁷.

Como dice Gonzalo Canal Ramírez⁵⁸ la venta a plazos, el primer sistema que permitió a la gente humilde y concretamente a las muchachas del servicio cambiar el pañolón por el sobretodo, un paso de mucho más valor social que el que se le pueda atribuir a la primera vista.

Pero no fue solo las fisonomía de las gente cambio si no el espacio urbano del centro de Bogotá, creando un nuevo foco de comercio en el barrio las Nieves, desplazando a muchos comerciantes colombianos de la calle real (ver plano. pág.46).

4. LOS KLOPPERS EN SU RUECA, POR LAS HEBRAS DE LA CALLE

4.1 Objetivo

La analogía de la ropa no se hace sin meditación alguna, sino precisamente porque tanto Guberek como Brainski fueron Kloppers y se ganaron la vida vendiendo telas, vestidos y

⁵⁷ *Ibíd.* p. 158 -159.

⁵⁸ BRAINSKI, Salomón. *Gentes en la noria: cuentos bogotanos*. VIDALES, Luis (versión castellana), segunda edición, 1973. Bogotá. RAMÍREZ, Canal. Antares Imprenta-Huecograbado Litografía. p. 3.

cueros, materiales que solo usaba la gente pudiente de Bogotá y, como bien dice Simón. G., todo esto pasó como el hilar de una rueca, mientras daba vueltas por las calles de Bogotá.

Utilizando principalmente el libro de Guberek como diario de campo para dar en detalles todo lo que tenía que hacer un judío al llegar a Colombia y convertirse en klopper, este capítulo tiene como objetivo hacer una descripción densa y reconocer factores ocultos, cuya importancia a la hora de los negocios reconoce el mismo Guberek ya que sin ellos no habría conseguido avanzar y entender el mundo de los negocios.

4.2 Cambio y dificultades

El padre de Anita Bursztyn llegó de Lima en 1929 y hacía lo mismo que hacían todas las personas que llegaban sin idioma, sin dinero, sin nada: ser Klopper⁵⁹. Cuando el judío askenazi llegó a Colombia tuvo que tener una adaptación y dejar atrás sus actividades de antaño y pasar a desempeñar nuevas formas de trabajo que nunca antes había realizado. Optó por un nuevo *modus vivendi*, el “Klopper”. Jaime Szerman, fabricante de calzado en Varsovia, cambio en Colombia su oficio por el de ambulante, como otros tantos lo hicieron. Don Jaime consideraba que acá, en Colombia, el cuadro de la economía aconsejaba tornarse ambulante y, la mayor parte de estos judíos, especialmente los polacos, se dedicó al oficio de comerciante o klopper, aprovechando que en la comunidad conseguía facilidades de compra de varios artículos, pues otros judíos ya tenían negocios de importación.⁶⁰

En el imaginario siempre se relaciona el judío con comerciante, pero Salomón Braisnki, a pesar de ser judío, no tenía vocación para ser comerciante. Fue un vendedor ambulante solo por la fuerza del pan comer, sabiendo que “sus compañeros le decían que con su carácter

⁵⁹ REVISTA *SALOMÓN*, octubre-noviembre 2004, p. 6.

⁶⁰ VILLAMIZAR LEAL, Lina María. Colombia frente al antisemitismo y la inmigración de judíos polacos y alemanes, 1933-1948. 2011, Universidad Nacional de Colombia. p. 32.

impulsivo no podría ser vendedor ambulante”, pero de igual manera, no sin miedo, mezclado de atracción, fue a ofrecer a las puertas de las casuchas retiradas su mercancía⁶¹.

Lydia una judeo-argentina en su Blog cuenta:

Mi papá, como todo inmigrante, también intentó ser cuentenik, pero fracasó, quizás no tenía pasta de comerciante y los clavos alias “tshvokn”, significa los malpagas, tuvo que ocuparse mi mamá de cobrarlos, en cambio mi tío Zale Israel Bromberg, que vivía en Tucumán, era uno de esos cuentenik conocidos y reconocidos de dicha ciudad y gran área de la provincia, se movilizaba en su famosa bicicleta. Seguramente muchos tucumanos aun lo recuerdan⁶².

Sin ahondar mucho, se pude percibir cómo las esposas de estos hombres judíos fueron muchas veces una manera de apoyo para ellos. El papá de Jaime David Dreszer⁶³ llegó en 1929, pero ya era alguien mayor y la madre de Jaime lo acompañaba en las calles y subió con él muchos cerros, para hacer las ventas y los cobros.

Ser Klopper necesitaba ciertas aptitudes y actitudes, ya que no fue un oficio fácil. Primero era un trabajo agotador, llevando la mercancía al hombro con un “chino”⁶⁴ de ayudante, que se ladeaba con el peso de la maleta, sumando a esto que todos los judíos askenazis llegaron a Colombia sin saber nada de español, pero Simón Guberek decía: “el silencio es otra manera de hablar”.

A don Jacobo Zeligman, amigo de Guberek, no le fue fácil la nueva profesión, no solo por el cambio brusco, sino por las ausencias del idioma y de la escritura para hacer las cuentas, que convirtió el hacerse comerciante de la noche a la mañana en una hazaña grande y en una aventura y el señor Zeligman nunca dejó de ser klopper y tuvo esta profesión hasta su muerte.

El klopper tenía que cruzar extensas zonas de lotes baldíos para llegar a la periferia de la ciudad y encontrar un comprador. Por lo general, en tiempos de lluvia, eran barrizales traicioneros y, en verano, nubes de polvo. Después del trabajo físico estaba el trabajo social

⁶¹ BRAINSKI óp. cit. p. 6.

⁶² LYDIA. Baúl de Recuerdos: el cuentenik o marchante [en línea].

<<http://mispaginasdevida.blogspot.com.co/2005/12/baul-de-recuerdos-el-cuertenik-o.html>>[consultado 26 marzo, 2016].

⁶³ REVISTA SALOMÓN. Bogotá (Abril-mayo 2009) p. 25.

⁶⁴ Niño, en Bogotá.

de catequizar al comprador, ya que para entonces parecía algo extraño que algún forajido fuera dejando la mercancía, así no más. Parecía que había gato encerrado, porque el sastre colombiano vendía un traje siempre y cuando el comprador presentara un fiador o dejara una finca que respondiera por la suma⁶⁵. Además, el valor de dos trajes podía ser de 100 pesos, que era mes y medio de sueldo. Al Klopper le tocaba ablandar al comprador. Con el tiempo, el oficio se fue afianzando y la gente hasta se preguntaba si conocía algún “Mister”.

4.3 ¿Cómo funcionaba el negocio?

Dejaban la prenda por modestas cuotas que en conjunto debieron ser una gran suma⁶⁶, como describe Azriel Bibliowicz, en su libro *El rumor del Astracán*. Si esta tela, en el almacén, vale tres pesos, a plazo la vendemos en diez. Se cobran veinte centavos cada semana.

Los Kloppers tenían una aceptación del trabajo, trabajo intensivo, y el poder de reducción de los gastos, que hicieron posibles pequeñas economías, en busca de recuperar su oficio de antaño. Así, poco a poco, los judíos ambulantes llegaron a la Séptima y montaron sus mostradores y almacenes nuevos.

Según Leonardo Senkman, “el afán compulsivo por el ahorro y la obsesiva convicción de que el dinero depara la única seguridad del inmigrante judío, es un motivo recurrente en los escritores judíos modernos. Pero no hay que confundir, sin embargo, esa afiebrada tenacidad con aquella otra sed insaciable de “Hacer la América”, que quemaba a todos los inmigrantes por igual⁶⁷. Para ellos, “Hacer la América” era integrar la familia y reconstruir los hogares despedazados. Ese era nuestro anhelo supremo, convertirnos en millonarios estaba por fuera de cálculos y ambiciones⁶⁸. Hogar roto por los avatares de la historia, traer al padre, a la madre, al hermano, hermana, pariente amigo, caminando con sus bultos de

⁶⁵ LEAL, óp. cit., p.73.

⁶⁶ BRAINSKI, óp. cit., p. 29.

⁶⁷ CARDONA óp. cit., p. 22.

⁶⁸ *Ibíd.* p. 30.

mercancía al hombro por los barrios de la ciudad, mascullaban su anhelo de llegar a contar con tres mil dólares, lo que en Polonia era una fortuna, para reconstruir en América un nuevo hogar.

4.4 Tutor de las calles, comunidad y familia

S. Guberek llegó a casa de su hermano, que ya estaba en Colombia, en Bogotá. Él fue su maestro por un tiempo, porque al recién llegado que se iniciaba como Klopper se le asignaba la categoría de “verde”, los maduros eran los que ya llevaban tiempo en Colombia. Los maduros miraban con superioridad a los verdes. El recién llegado perdía su nombre por “verde”. Cuando llegó todos brindaban por el “verde”, como una forma de iniciación y no le decían nada de S. Guberek, pero no le agradaba que ser maduro fuera su gran aspiración, hasta que un día se aburrió de ser verde y demostró ser audaz, mostrando sus habilidades comerciales y manejo de la gente y fue ascendido a categoría de maduro, así recuperó su nombre.

A un verde lo acompañaba un maduro, para poder “doctorarse”. Iban por las calles parejas de verdes y maduros. Para S. Guberek, su primer día de oficio fue un domingo, un día alegre para la gente bogotana. La lección de su hermano ese día fue la enumeración y el elogio de las calles. Tenía que aprender a valorar los días, según la clientela esté en casa, cuando está en iniciativa de comprar y tener presentes las quincenas. El domingo era el día gordo. Era una ciencia de los actos simples. No frente a todas las puertas se detenía. Con unos golpecillos salía una mujer y, por arte de magia, daba unos pesos y él entregaba un comprobante.

Pero no solo la consanguinidad animaba a estos hombres apadrinar a alguien también hubo personas como Juan Jaroso, que fue de los primeros judíos en Colombia, había llegado en 1920, ayudó al verde no solo con consejos, sino con hechos. Él se convirtió en el padre de todo aquel que tuviera una necesidad que llenar.

4.5 La jornada diaria: libreta, restaurante y caminar

Al Klopper le tocaba llevar sobre sus hombros un pesado fardo de mercancía, por el barrio de su zona, ya que se distribuían los barrios entre los vendedores. El barrio de Las Cruces fue la primera zona (ver plano pág. 47) donde S. Guberek se convirtió en el caballero ambulante. Él mismo se consideraba una institución económica en sus hombros. Las jornadas se resumían en una libreta, cobrar la cuota semanal y expedir recibos, hacer rebajas, condonar deudas y todas las arandelas del negocio. Cuando un artículo no iba dentro del fardo, más tarde, en el almuerzo, donde se reunían todos los vendedores, tenían que gestionar una “pesquisa”. Siempre era un restaurante de algún miembro de la comunidad. A veces incluso había más judíos ahí que en la sinagoga. Al mediodía era un rumoreante colmenar constituido por besaranes, lituanos, poloneses, rusos, sin falta algunos galicianos. El restaurante siempre fue importante para los vendedores poderse encontrar. El primer restaurante que existió fue el de la señora Chavita de Zapiro, que se ubicaba en el barrio Santa Bárbara, en la carrera 8 con calles 4 y 5 (ver plano pág. 47), pero no duró mucho tiempo. Luego existió el restaurante de la señora Gitil, que estaba en la carrera 12 con calles 23 y 24 (ver plano pág. 47), pero también quebró y el hermano de Simón G., Israel Guberek, creó un restaurante que no daba nada ganancias, pero el hermano solo lo mantenía abierto para tener un espacio para reunir a toda la comunidad. Allí llegaban todos los judíos, ricos y pobres, sionistas y comunistas.

Muy tempranito, al amanecer no bien teñido todavía, emprendían sus correrías todos los vendedores ambulantes. S. Guberek iniciaba por la calle veintisiete arriba, iba a hasta la carrera quinta, luego calle treinta dos y treinta tres, trepando hasta la carrera primera, pasando por el pueblucho de la Perseverancia, se desviaba hacia el Paseo Bolívar, por los lados de Agua Nueva (ver plano pág. 47) y unos leves golpes, días de semana y domingos, era el mismo trajín: la patrona salía de inmediato con la moneda de cincuenta centavos o el billete de a peso en la mano, sonriente, con el consabido “mucho gusto, míster”, que el respondía con el suave masticado de “muy cumplida, muchas gracias, adiós”.

Los domingos el trayecto se corría en bicicleta. Entre semana, a pie con el bulto de mercancías sobre el hombro y junto al chino con la maleta repleta. A Guberek le tocaron los barrios Las Nieves, Las Tres Cruces, sur, Barrio Inglés. Fue de los nuevos peregrinos de Las Nieves y sus prolongaciones hacia el norte, cuando el comercio aún no había entrado a esa zona.

Él hace una distinción empírica entre los judíos. Los divide en dos grupos de inmigrantes: los de Las Cruces y los de Las Nieves. Los de Las Nieves constituyeron los pioneros que echaron las bases de la nueva comunidad, los nuevos ricos, y los de Las Cruces, aquellos a quien el destino no les sonrió demasiado.

4.6 Clientela

Para S. Guberek, el consejo de la experiencia fue su faro de primera orden. Entendió que carnicero, lechería y la fonda era gente de confianza, que podía ser la clase media surgente de Bogotá, se les podía fiar ampliamente. Pero de algunas casas de bombillas de luz eléctrica los viejos y experimentados Kloppers les habían dado la voz de alarma a los verdes: “cuidado con las casas de bombillo verde, gente que constituía un peligro para la mercancía y el cuerpo, solo hay moradoras y sin buena reputación. Cuando algún vendedor caía en la trampa, por inexperiencia o majadería lo recibían con burlas y carcajadas: “¿cómo piensas resarcir esas pérdidas?”. Aunque S. Guberek reflexiona esos consejos de los lugares vedados como cosas de la competencia⁶⁹.

Para los Kloppers, los mejores clientes eran los campesinos y las sirvientas, pero por esto las señoras de sociedad no los querían, pues había más sirvientas que señoras de sociedad y con esto se ganaban el pan de cada día. *El Tiempo*, en un editorial, se quejaba de la manera en que la ciudad se uniformó, la elite colombiana se expresaba: “para decir verdad, el país

⁶⁹ GUBEREK, óp. cit. p. 61.

se llenó de gentuza. Ahora, con esas venticas a plazo, cualquiera viste paño inglés y no se distingue a los ruanitas de la gente de regias costumbres⁷⁰.

4.7 La dificultad de cobrar

En esta vida del centavo, los Kloppers se iban integrando en el escenario nacional. La rutina de madrugar, embalarse un fardo de mercancías, subir las empinadas cuestas de las calles bogotanas, recordar laberintos y fachadas, vender, negociar y descender con la libreta llena fue el itinerario de muchos años de arduo sacrificio en Colombia⁷¹.

Pero vender no era lo difícil. Se ofrecía la mercancía y siempre aparecía un cliente. Para vender, lo importante era saber escuchar y saber hablar. El problema eran los cobros: siempre hay excusas, no había que dejarse engañar, el comprador siempre quiere conmooverlos con que el niño está enfermo o todos sus trucos, para no pagar y alargar los plazos. Debían ser implacables al cobrar⁷². Incluso los ranchos a medio acabar los confundían: parecían todos iguales, por eso en las tarjetas especificaban el color en que estaba pintada la casa y el número de portón. Pero en más de una ocasión descubrieron que al pintar su dueño las paredes de otro color no lograban hallarla de nuevo⁷³.

Zeligman, otro klopper, organizaba mal las ganancias con la ayuda a los pobres de los barrios en los que hacía sus recorridos de vendedor a plazos y, en pocas palabras, no logró distinguir entre negocios y caridad y, en infinidad de ocasiones, estos plazos fueron declarados en clausura por él, sin abonos, sobre todo cuando alguna necesidad urgente de algunos de sus deudores fue olida por él naturalmente. La bancarrota no se hizo esperar y Zeligman tuvo que abandonar Bogotá.

⁷⁰ BIBLIOWICZ, Azriel. El rumor del Astracán.1991. p. 12.

⁷¹ CARDONA, óp. cit. p. 70.

⁷² AZRIEL, óp. cit. p. 47.

⁷³ Ibíd. p. 51.

4.8 Industria textil y productos nacionales

También uno de los grandes impactos de lo Kloppers en Bogotá fue que iniciaron una pequeña industria textil, con máquinas muy pequeñas y las manos de muchos bogotanos. Para ese entonces, la aguja no requería pesadas maquinarias, sino de finas manos para la confección de abrigos de paño o el traje de mujer, para cualquier situación económica. Un amigo de S. Guberek, que aún quedaba en Zelechow, un pueblecillo polaco, no muy diferente a Bogotá para su época, le envió unas lanas y unas máquinas, que aún estaban en su casa, fue un momento para reconstruir su vida. Eran dos máquinas. Una funcionaba muy bien, pero la otra necesitaba un funcionario y S. Guberek buscó a un amigo lustrabotas que había conocido, para capacitarlo y que le ayudara.

De esta manera, con máquinas Faisán iniciaron una industria casera, aunque se hizo necesario esconder el origen de los productos y marcarlos con nombres extranjeros y exóticos, para que pudieran ser aceptados. Entonces, zapatos, abrigos, carteras y suéteres de procedencia nacional invadieron el mercado bogotano.

S. Guberek tenía una pequeña fábrica de tejidos en un cuarto piso de un edificio situado en la carrera octava con la calle veinte (ver plano pág. 47). Guberek fue un viajero de la pequeña industria. No vendía sus productos solo en Bogotá. Iba tras la estela del mercadeo de los pequeños y grandes pueblos del país. Buscaba depositar el producto cosechado en las eras de sus desmirriadas maquinarias o elaborado con sus propias manos. Guberek se consideraba como el mozo de Zelechow, emigrante, vendedor ambulante y pequeño industrial.

4.9 Ocio, literatura, religión y tradición

Pero no todo era trabajo. Los Kloppers crearon el club de los lores, para dedicarse al juego de mesitas verdes. Muchos de ellos iniciaron una vida bohemia y de cambio cultural, pero no era muy bien visto por muchos que se preocupaban por el verbo (literatura y las

escrituras), para no permanecer en el olvido, por eso se creó el club de los descalzos, esos a los que le tocaba caminar por las calles de Dios. Se ve claramente que los Kloppers asumieron una identidad, porque compartían experiencias que les permitían asociarse para el trabajo y mantener su identidad como judíos.

Pero el mayor peso no era los costales de ropa, sino el cambio que surgía cuando el judío llegaba a América. Los judíos que aún permanecían en Europa decían que en América se acababan las tradiciones. El judío en América dejaba de usar vestido talar y no se dejaba adornar la barba. Vivía bien rasurado, con leucina de oro, reloj de bolsillo, camisa almidonada y cuello brillante. Aunque los judíos no tuvieron restricciones ni oposiciones en Colombia, como las tuvieron en Europa, en sus voces sí es posible percibir la soledad del inmigrante y la resistencia al fuerte choque cultural⁷⁴.

Brainski, en sus cuentos, pero sobre todo en *El peso de los siglos*, expresa ese aire de cambio y conflicto cultural, la dualidad que hay del presente con el pasado, su cultura y las nuevas exigencias del nuevo continente, “duerme tranquilo, padre: llevaré el peso de los siglos”. Pero muchas veces ese cambio fenotípico de los judíos en América era por el impacto que tenían los colombianos frente a las espesas barbas que tradicionalmente usaban los judíos. Como dice uno de los protagonistas de *El rumor de astracán*, “debemos ser gentiles en la calle y judíos en la casa”⁷⁵, pero, de igual manera, muchos judíos sentían que el nuevo hogar los había sumido en un ambiente de materialismo grosero y nada más, porque muchos judíos llegaban con la idea de que en América el oro estaba tirado en la calles, pero los americanos no lo recogían por la simple pereza de agacharse a recogerlo.

El judío vivió un cambio en su identidad, pero las personas no son una realidad única ni estática, sino un proceso, un proceso en el que los sujetos no se limitan al cumplimiento de las normas sociales, sino que pueden ofrecer respuestas creativas a ellas⁷⁶. Esto no significa

⁷⁴ LEAL, óp. cit. p. 6.

⁷⁵ AZRIEL, óp. cit. p. 31.

⁷⁶ PÉREZ LEDESMA, Manuel (2008). La construcción de las identidades sociales. Publicaciones de la Universidad de Valencia. p. 27.

que el término identidad carezca de elementos que puedan surgir como parámetros estables para la interpretación de realidades complejas, como la religiosa y la étnica racial. Hablamos, así, de identidad como el proceso de apropiación de elementos que permiten la constitución de imágenes, símbolos, discursos y parámetros que den una interpretación y representación al proceso de interacción.

Al principio, fueron los vendedores ambulantes y luego, con el tiempo, cuando el bogotano se adaptó a su presencia, le cambio al calificativo a “míster”, de cariño. Nadie sabía de qué lugar procedían. Decían que eran Rusos, polacos, alemanes. A nadie se le pasaba por la cabeza que fueran judíos.

4.10 Diálogo con el plano

El plano fue tomado del *Atlas histórico de Bogotá: cartografía 1791-2007. Bogotá, plano del estado de la ciudad en enero de 1923*. Fue modificado deliberadamente, para indicar cada convención para explicar cómo el comercio judío de los almacenes, más la venta ambulante en Bogotá, se estaban “comiendo” el mercado de los textiles.

Comparando las dos zonas de comercio, la Bogotana, que va desde la calle 14 y la 11 por la Avenida de la República, y la judía, por la misma Carrera Séptima, desde la 16 a la 22, que es dos cuadras más grande que la zona colombiana, se ve que la zona de comercio de los bogotanos tiene un parte privilegiada, por estar al lado de la Plaza de Bolívar, la zona central de Bogotá y un hito para la ciudad. Los judíos, como estrategia, no entran a reñir por entrar a ese espacio. Lo que hacen es establecer el comercio judío dos cuadras más arriba no continuo al comercio colombiano, pero sí muy cercanos. Los judíos empiezan a crear otra zona de referencia comercial “el sector las Nieves”.

Pero eso es solo una parte. La zona fija, que es el lugar de abastecimiento de todos los Kloppers, incluso Guberek, nuestro tópico de Klopper, establece su fábrica también en las

Nieves. Una estrategia propia de los judíos, para mantenerse siempre unidos, pero en Colombia nunca se creó un barrio judío.

Aunque no se logró saber a ciencia cierta cuántos Kloppers llegaron a haber en la ciudad, solo viendo el recorrido Guberek, que abarca más de cincuenta cuadras, se pudo inferir, sin mayor apoyo, que un par decenas de Kloppers lograban perfectamente abarcar todas las zonas populares de Bogotá en su momento. Y Guberek, en su texto, cuando retrata los restaurantes, produce la sensación de que eran un tumulto grande de judíos vendiendo a plazos. Asegura que había más judíos en el restaurante que en la sinagoga.

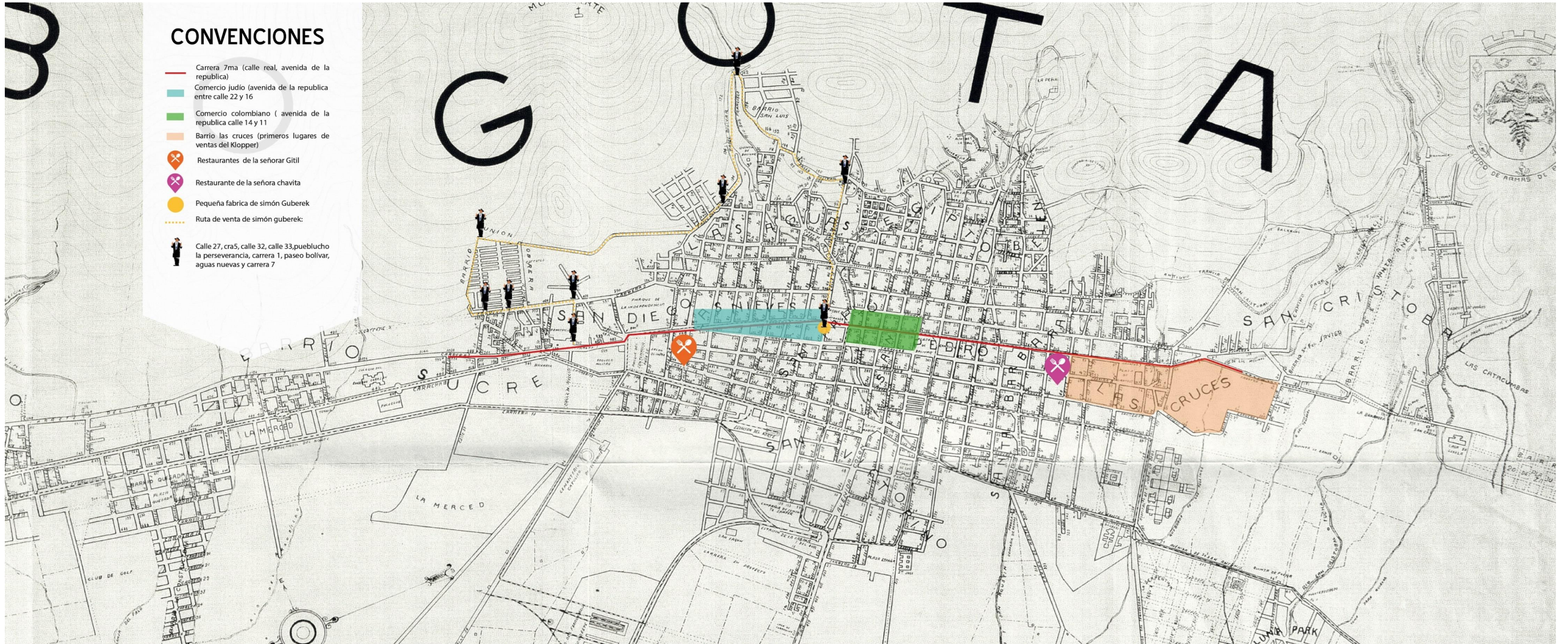
Los restaurantes fueron un lugar importante para hacer cambios y darse consejos. Siempre estuvieron en una posición central, en los barrios populares, empezando por el restaurante de la señora Gitil y Doña Chavita. Se puede afirmar que los Kloppers se distribuían por toda la ciudad. Una de las pruebas es Guberek, que inicio en la zona de Las Cruces, en el sur, y luego se fue para el norte, pero otros se quedaron en el sur.

Entonces, mientras el comercio colombiano solo ocupaba las calles cercanas a la Plaza de Bolívar, los judíos se expandían por toda la ciudad, no con lugares fijos, sino con sus agentes móviles, los Kloppers, que en sí eran casi un almacén ambulante, pero el sector de Las Nieves era el lugar estático para quien iba a buscarlos.

Plano de Bogotá. 1923

CONVENCIONES

-  Carrera 7ma (calle real, avenida de la republica)
-  Comercio judío (avenida de la republica entre calle 22 y 16)
-  Comercio colombiano (avenida de la republica calle 14 y 11)
-  Barrio las cruces (primeros lugares de ventas del Klopper)
-  Restaurantes de la señora Gitil
-  Restaurante de la señora chavita
-  Pequeña fabrica de simón Guberek
-  Ruta de venta de simón guberek:
-  Calle 27, cra5, calle 32, calle 33, pueblucho la perseverancia, carrera 1, paseo bolivar, aguas nuevas y carrera 7



Bogotá, plano del estado de la Ciudad en enero de 1923. Instituto Geográfico Agustín Codazzi. En: Cuellar Sánchez, Marcela, Mejía Pavony, Germán. Atlas histórico de Bogotá: cartografía 1791 – 2007. Colombia: Editorial Planeta, 2007. El plano fue editado para agregar la infografía.

5. BUHONEROS Y VENDEDORES AMBULANTES EN LA PRENSA. NO MEZCLAR LINO CON LANA



El comercio judío en Bogotá. En: *El Espectador*, Bogotá: (27 feb, 1938): 27, C-1. En la imagen se puede apreciar una pareja de Kloppers que perfectamente podrían ser un verde y un maduro andando por las calles de Bogotá ofreciendo sus mercancías.

5.1 La shaatnez y objetivo

La *Torah* prohíbe utilizar una prenda que esté hecha de lana y lino al mismo tiempo, aunque hay muchas interpretaciones sobre su origen, pero principalmente este mandamiento se deduce de la primera lucha del hombre, Caín y Abel. La prohibición de

*shaatnez*⁷⁷ se debe a la intención de disuadir el odio y la pelea entre hermanos, que también es la pelea entre el sedentario, Caín, el que cultiva la tierra y propietario de ella, representado en el lino, con el nómada, que es Abel, el pastor, el que posee la lana. Y curiosamente esta historia, para el caso de Colombia, se repite. Caín tiene envidia de los frutos de Abel, ya que su “ofrenda” fue mejor vista que la de él y, tal vez, aquí Caín no mata a Abel, pero sí toma medidas. Les cierra las puertas de estas tierras, lo que pudo concluir en la muerte de muchos “Abeles” en las manos de la Alemania Nazi.

Este conflicto produjo una variedad de publicaciones en los periódicos de Bogotá, y a partir de esta querrela se desea continuar con el objetivo de describir el proceso de compra y venta de los kloppers. Se analiza el debate interno que hay entre los periódicos, para no quedarnos solo con la visión judía de la literatura y, a la vez, mostrar también un poco de esta disputa, ya que no nos aleja de nuestros objetivos, sino que los complementa, al entender los argumentos principales por los que se hacían las acusaciones en la prensa.

La escritura de los subtítulos aparece de una manera fraccionada como si fueran una especie de aforismo, pero se presentan así para hacer un preámbulo de los actores y ciertos problemas que se podrían confundir a la hora de reconstruir todas las discusiones en la prensa. También se advierte al lector que algunos periódicos citados fueron transcritos en Nuestra tribuna, entonces son citados desde ahí, ya que de algunos por ser de muy baja distribución no existen copias en el fondo de la Biblioteca Nacional.

5.2 Prensa en Colombia

Citando el discurso *Prensa y poder político en Colombia*⁷⁸, de Jorge Orlando Melo, como presidente del Jurado del Premio Simón Bolívar, en el 2006, donde expone un balance sobre el avance de la prensa de Colombia desde sus orígenes. Se presenta una breve una

⁷⁷ Tela de lino y lana.

⁷⁸ Melo, Orlando. Colombia es un tema, Prensa y poder político en Colombia. [online]. <<http://www.jorgeorlandomelo.com/prensaypoder.htm> consultado> [Consultado Dic. 26.2016].

reseña que permite hacerse una idea de lo que era la prensa para la época y comprender por qué se acaloraba tan fácilmente y tomaba posturas tan reacias, en ocasiones ilógicas, y despreocupadamente. Sin temor alguno, se permitía el lujo de blasfemar de sus opositores, sin temer mayores represalias:

Prensa y política han estado en Colombia estrechamente unidas. El mismo nacimiento de la República estuvo acompañado de las voces ruidosas de los escritores públicos. Antonio Nariño usó sus periódicos para tumbar y cambiar presidentes y Simón Bolívar, después de haber fundado *El Correo del Orinoco*, decía que la imprenta era “*tan útil como los pertrechos en la guerra*”, y la juzgaba una especie de “*artillería del pensamiento*”. Francisco de Paula Santander nunca dejó la “*manía de escribir*” para los papeles públicos, a nombre propio o con seudónimo, y cedía fácilmente a lo que sus amigos llamaban “*intemperancia de la pluma*”.

Para muchos políticos colombianos, la prensa fue el camino al poder, en competencia con el prestigio de la espada. Manuel Murillo Toro, Santiago Pérez, Miguel Antonio Caro y Rafael Núñez son algunos de esos escritores, muchas veces provincianos y más bien pobretones, que hicieron de la pluma la fuente de su poder. Todos fundaron y redactaron periódicos de unos cuantos centenares de copias, que se discutían con ardor en las capitales y llegaban a los sitios más remotos, donde gamonales y abogados los leían en voz alta a peones y campesinos en tiendas y fondas rurales. Los periódicos eran casi el único canal que hacía llegar a pueblos y aldeas las ideas nuevas, que chocaban con las que curas y funcionarios, en sermones y bandos, habían promovido durante siglos (...).

Crearon la opinión pública, el espacio de debate entre liberales y conservadores que enmarcó la vida intelectual del siglo XIX. En la primera mitad del siglo XX se consolidaron los diarios y se formó una prensa que podríamos llamar de masas, y que tenía entre sus lectores, contados ya por decenas de miles, a un público profesional creciente, a clases medias y obreras. Agotado el ciclo de las guerras civiles, el predominio de la palabra en la lucha por el poder se hizo aún más fuerte, aunque ya no todo pasaba por los periódicos: la radio permitió a algunos, como Jorge Eliécer Gaitán, hacer llegar su voz vibrante a un pueblo del que hasta los analfabetas hacían parte. Carlos E. Restrepo, Alberto Lleras, Laureano Gómez, Enrique Olaya Herrera, Eduardo Santos usaron sus periódicos para dar fuerza a sus ideas. Eran todos escritores cuidadosos, conscientes del respeto del público por una adecuada cita literaria, un elegante despliegue de erudición, pero al mismo tiempo eficientes propagandistas de sus ideas y sus proyectos, capaces de entusiasmar a las masas electoras con los ideales abstractos de la democracia, la libertad o la defensa de la religión o la tradición nacional. Todavía en la primera mitad del siglo XX la mayoría de presidentes colombianos hicieron su carrera en el periodismo, aunque ya empezaban a ser frecuentes los que, como Rafael Reyes o Alfonso López Pumarejo, venían del mundo del dinero y la actividad económica, o como Pedro Nel y Mariano Ospina, muy ricos también, se habían criado en una familia que ya antes había residido en el palacio presidencial.

Hoy estamos acostumbrados a pensar, casi como un lugar común, que el periódico tiene dos funciones en la vida democrática: dar información verídica, relevante y adecuada a los ciudadanos y ofrecer las opiniones y análisis que permitan a estos tomar sus decisiones sobre la vida pública.

En el siglo XIX, la relación estrecha entre política y prensa hacía del periódico una simple máquina de ideas. Eran la rama ideológica de los partidos políticos y su función, más que informar acerca de lo que pasaba, era convencer a sus copartidarios de la verdad de sus ideas, eran periódicos de pocos e inexactos hechos, y de muchos argumentos y diatribas.

Aunque ya a finales del siglo XIX algunos escritores latinoamericanos, como Eugenio de Hostos, prevenían contra el peligro de que los periódicos se volvieran portavoces de los partidos políticos y los poderes económicos, el segundo riesgo era todavía remoto: no hacía falta mucho dinero para crear un periódico y no era un buen negocio. Solo en el siglo XX, con el aumento de los lectores, la formación de un público interesado en una información confiable y el desarrollo de la publicidad se volvieron buenos negocios: *El Tiempo* y *El Colombiano* son los ejemplos más antiguos de este proceso, que obligó a los medios a desarrollar con mayor profesionalismo la función informativa y buscar una clientela bipartidista, y que fue copiado posteriormente por otros periódicos regionales. Nunca, sin embargo, dejaron de estar muy cerca de los partidos y de los gobiernos que ayudaban a elegir. La información era más amplia y exacta, aunque seguía buscando crear una opinión favorable, manipulando a veces los hechos con discreción variable. El pluralismo informativo existía ante todo por la multiplicidad de periódicos: en cada ciudad había normalmente dos, uno liberal y uno conservador, que daban visiones más o menos contrapuestas de los acontecimientos políticos (...)⁷⁹.

5.3 ¿Nuestra tribuna?

Resumidamente podríamos decir que *Nuestra Tribuna* fue una revista mensual, consagrada a los intereses nacionales, culturales, sociales y económicos de la colectividad hebrea en Colombia, Bogotá, 1933-1937, pero, igual, no abarcaría todo lo que significó para la colectividad hebrea, ya que fue un órgano que conectó a todos los judíos de Colombia, sin importar ser sefardí o askenazi. En su primer número dice que está consagrada a los intereses sociales y económicos de la colectividad hebrea en Colombia y que defiende justos intereses, lo cual llama bastante la atención, porque en el año de fundación fue cuando iniciaron todos los ataques de la prensa colombiana a los judíos de Bogotá.

Nuestra tribuna se convirtió en el mecanismo de defenderse de las acciones antijudaicas, pero no fue el motor principal de la fundación de la revista, ni sus numerosos artículos eran sobre esas acciones. Tiene temas variados, desde fiestas a dedicatorias y, como se ha comentado antes, la adaptación a las tierras nuevas no fue fácil y *Nuestra Tribuna* muchas veces se encargó de exhortar a toda la comunidad colombiana, la trató como la colectividad hebrea menos fraterna e indolente, desinteresada de los más nobles intereses, y

⁷⁹ Melo, Orlando. Colombia es un tema, Prensa y poder político en Colombia. [online]. <<http://www.jorgeorlandomelo.com/prensaypoder.htm> consultado> [Consultado Dic. 26.2016].

descomprometida de sus deberes, tanto raciales como religiosos. Y no querían cometer el error de concentrarse en guetos, como en el pasado. Por ello, se podría comprender el interés principal de *Nuestra Tribuna*. Se puso en la tarea de unir e informar, aunque muchas veces no fue agradecida su labor.

5.4 ¿Antisemitismo o disputa comercial?

Lina María Leal Villamizar, en su tesis *Colombia frente al antisemitismo y la inmigración de judíos polacos y alemanes 1933-1948*, hace un análisis sobre un antisemitismo que sinceramente, no pasa de ser una disputa por el comercio y el espacio público entre el comerciante colombiano y el Klopper, ya que solo esta rama fue la “atacada”, dado que muchos judíos abrieron industrias con productos nunca vistos en Colombia y jamás fueron mal vistos.

Una disputa generada por las nuevas prácticas comerciales iniciadas por los judíos y la amenaza a los comerciantes de los apellidos reales de antaño, más la homogenización de la vestimenta entre los ciudadanos, lo que generó relaciones más horizontales entre las diferentes clases sociales. Incluso, un artículo de Luis F. Peña resume muy bien y deja en claras las intenciones: “no es nuestro propósito encaminar una campaña de carácter racial y religioso contra los israelitas de diversas nacionalidades que han escogido a Bogotá como centro de su actividad comercial e industrial”⁸⁰, sino, como el mismo título del artículo dice, “el comercio judío en Bogotá”.

Aunque no se va a negar que en Colombia sí hubo discusiones sobre la raza por parte de ciertos personajes de la historia, que cuestionaron al judío y dieron a entender su antisemitismo, pero esas ideas no calaron en lo amplio de la sociedad. En la prensa se ve una clara disputa por mantener el statu quo del comerciante colombiano y la necesidad de implementar políticas proteccionistas. Lo máximo que llegó a darse fue un boicot, que se

⁸⁰ El comercio judío en Bogotá. En: *El espectador*, Bogotá: (27 feb,1938):27,C-1

vio reflejado en el cierre de algunos almacenes y discusiones que no pasaron a ser mayor problema de la prensa.

Pero con esta discusión se hace un mejor cuerpo del Klopper, tanto en sus prácticas empresariales y trascendencias en el comercio. Para esto, el capítulo avanza de una manera secuencial con las disputas de los periódicos *El Espectador*, *El Tiempo* y *Nuestra Tribuna*⁸¹.

En la prensa colombiana se percibe un mosaico de estereotipos de índole religioso y cultural frente al judío, para demostrar cómo las actitudes del judío afectan la economía y afectarán a Colombia con su llegada. Una fuerte imagen utilizada fue la del judío errante, que era representado como el típico buhonero: viejo, barbudo, raído y lamentable. Esa imagen tuvo un punto de anclaje con el Klopper para las futuras discusiones, ya que él recorría toda Bogotá para vender sus prendas, cualquiera hubiera pensado que era “el judío errante”. Y otra idea bastante enraizada fue el judío forjado en la modernidad, como el del mercader de Venecia, donde se percibe claramente ese odio por el judío prestamista, usurero y ladrón del tiempo. Tal vez, las ventas a crédito permitieron la perfecta antesala para enlazar esa imagen del judío usurero con el Klopper. Y realmente no estaban muy lejos de la realidad.

Un ejemplo de citas de la literatura que hicieron una imagen del judío en Colombia:

Mercader de Venecia: “No es en tu suela, sino en tu alma, áspero judío, donde sacas filo a tu cuchillo”⁸².

Cien años de soledad: “Judío Errante, que él mismo había visto la noche anterior. Lo describió como un híbrido de macho cabrío cruzado con hembra hereje, una bestia infernal

⁸¹ Revista mensual, consagrada a los intereses nacionales, culturales, sociales y económicos de la colectividad hebrea en Colombia, Bogotá, 1933-1935.

⁸² Shakespeare, William, *Mercader de Venecia*. España: Alianza Editorial, 2010. p.233.

cuyo aliento calcinaba el aire y cuya visita determinaría la concepción de engendros por las recién casadas”⁸³.

El antisemitismo en las ideas estaba presente en Colombia, pero no en sus actos. De igual manera los escritores de la prensa van a tomar estas ideas para poder justificar sus artículos, pero motivados por la competencia comercial y buscando tomar medidas frente a ellos.

5.5 Debate en la prensa: año 1933

El primer artículo que se rastreó en este debate fue de diciembre de 1933, en *El Tiempo*, con el título de “los Judíos entre nosotros”⁸⁴. Explica por qué estas tierras no son propicias para el judío y le responde a un senador francés que en la conferencia de Lausana dijo que los judíos buscaban una patria donde no haya prejuicio de raza, pero *El Tiempo* dice que estas tierras no son propicias:

Para los aventureros parientes del judío errante, porque entre nosotros serían plantas exóticas, donde no hay edificios sin luz para los guetos ni muros para las lamentaciones. Las selvas de américa (sic.), inmensas e impenetrables no son campo apropiado para el comercio al por menor, en el amazonas las especulaciones no son buen negocio, nadie pide plata al interés, las profesiones están acaparadas por profesionales de sólida reputación⁸⁵.

Claramente el artículo revela sus intenciones. Inicia con ideas estereotipadas, pero poco a poco va cambiando su discurso y manifiesta lo que realmente le preocupa, las actividades comerciales de este inmigrante.

Año 1934

Entonces, en enero de 1934, *Nuestra tribuna* escribe una respuesta a tales acusaciones de *El Tiempo* y exige que haga una rectificación del artículo. Aclara ciertos puntos y manifiesta que si a lo largo de la historia al judío le ha tocado asumir ciertas profesiones es por la falta de oportunidades que le dieron los cristianos y declara que los judíos no se han entregado a

⁸³ García Márquez, Gabriel. Cien años de soledad. Colombia: Editorial Oveja Negra, 1978. p.142

⁸⁴ Los judíos entre nosotros. En: *El Tiempo*, Bogotá (10, Dic. 1933). C.1.

⁸⁵ *Ibíd.*

la especulación ni a la usura y que incluso han sido los pioneros de la industria nacional de Colombia: “aquí hemos fundado varias pequeñas industrias y en lugar de exportar enormes sumas de oro colombiano para traer falso lujo europeo, fuimos nosotros los que desacostumbramos a la mujer santafereña al extranjerismo exagerado en relación con sus artículos de uso personal”⁸⁶. Pero *El Tiempo* no hizo ninguna corrección del artículo e incluso, por varios años, aparecieron más sobre el mismo tema, en diferentes publicaciones y periódicos, lo que va enmarcar cómo será el diálogo entre los periódicos nacionales y *Nuestra Tribuna*: “ataque de la prensa nacional - respuesta de *Nuestra Tribuna*”.

El 31 de mayo de 1934, la revista *Crítica*, la verdad cueste lo que cueste, dirigida por Felipe Lleras Camargo, publica el artículo⁸⁷ *Los judíos en Bogotá tienen acaparadas todas las pequeñas industrias*, pero el artículo es una solicitud de S.M.J.⁸⁸ pidiendo a Felipe que abogue por ellos con su pluma tajante, para defenderlos de los judíos, ya que Bogotá ha experimentado una “extraordinaria e indeseable inmigración de judíos de todas las edades, de todos los colores y de todas las nacionalidades... con perniciosos efectos que producen en el comercio, en la industria y en el valor del trabajo⁸⁹”. Afirmando que los trabajadores solo reciben el 10% de la quincena, con trabajos extenuantes y despidos inflexibles, y en lo que respecta al Klopper, más directamente dice: “en las puertas de las casas ofreciendo mercancía de mala calidad, vendida a plazos, sin pagar impuesto alguno al municipio⁹⁰”. Aunque su postura muestra cierta actitud dubitativa, pues dice que los colombianos deberían estar entusiasmados, porque han traído industrias de carteras, tejidos, seda, fábrica de corbatas y bordados, pero inmediatamente también afirman que en las fábricas y talleres judíos de camisas y cuellos se observa una sangrienta explotación, con salarios de \$8, \$10 y \$12, con hechura de vestidos a \$3,50 la docena y “los hijos del país, que no saben estas prácticas inhumanas y que tratan de competir con ellos se arruinan, porque el costo de

⁸⁶ Judíos entre nosotros. En: *Nuestra Tribuna*, Bogotá (enero 1934).

⁸⁷ Los judíos en Bogotá, tienen acaparadas todas las pequeñas industrias. En *Nuestra tribuna*, Bogotá (jul 1934) p.18.

⁸⁸ No se sabe su nombre completo.

⁸⁹ *Ibíd.*

⁹⁰ *Ibíd.*

producción de manufacturas les resulta superior y a la larga tienen que solicitar de ellos la merced un empleo frente al telar⁹¹”.

El que escribe dice que no es hitlerista, ni marxista, pero responde frente a la crisis que enfrenta Bogotá, pero *Nuestra tribuna* no se hace esperar para responder con el artículo *Nuestra respuesta a Crítica*. Una respuesta que va en nombre de toda la colonia Hebrea a todas las calumnias que se hacen presentes en el artículo y exige pruebas contundentes para tales acusaciones, que sus iniciales anónimas le permiten posiciones ventajosas y se le pide que no ataque desde la sombra, que sea valiente y se muestre. *Nuestra Tribuna*, con motivo de demostrar que todo lo que ha dicho *Crítica* es una farsa, expone una lista de utilidades de la industria y el comercio de los israelitas de Bogotá, enunciando primero:

Las mercancías que venden los vendedores ambulantes, bien los productos nacionales, bien los introducidos, son de primera calidad. Estamos dispuestos a someterlos a una debida investigación técnica. Los pobres que tuvieron la necesidad de escoger este ramo de comercio trabajan honradamente quince horas diarias recorriendo la ciudad para alimentarse a sí mismos y a sus familiares. Todos ellos están provistos de su carnet de vendedor ambulante, expedido por la Alcaldía y correctamente pagan sus impuestos⁹².

Y afirman que lo pueden comprobar con la Alcaldía. Respecto a lo de explotadores, dicen que no existen. Incluso afirman que los pagos de los salarios son más altos que el de las empresas criollas y, gracias al comercio e industria hebrea, el estándar de vida ha aumentado en Colombia durante los últimos cinco años y la empleada más inexperta gana desde veinte pesos en adelante y la hechura de vestido ordinarios es de \$9 y hacen una relación de las utilidades de la industria y comercio hebreo en Bogotá:

Fábricas y talleres, 69; obreros, 1.163; salario mensual, \$26.981.60; promedio del salario mensual, \$23.20.
Establecimientos de comercio, 49; empleados, 81; salario mensual, \$1.863.00; promedio del salario individual, \$23.00
Casas de habitación, \$9.000.00.
Alquiler de los establecimientos para el comercio, \$4.655.00

⁹¹ *Ibíd.*

⁹² *Ibíd.*

Impuestos que pagan los vendedores ambulantes, mensualmente, \$208.00.⁹³

Finaliza asegurando que a los trabajadores les da gusto trabajar en la empresa judía, pues desde la llegada judía han podido acceder a artículos imposibles para ellos. Nuevamente, no hubo corrección del artículo y así sucederá con todos los periódicos.

En marzo hubo también otra publicación de *Nuestra Tribuna*, pues *El Tiempo*, en febrero hizo una publicación con la intención de difamar el nombre judío en Colombia. El artículo comentaba sobre la expulsión de un joven judío por trata de blancas, a lo que *Nuestra Tribuna* respondió:

Una gran emoción en la colonia hebrea despertó este artículo lleno de infamias e injurias contra la colonia hebrea, y especialmente contra el comercio hebreo de la Avenida República⁹⁴, “esta publicación que solo siembra el odio de los colombianos hacia los hebreos residentes de este país y dañar los buenos sentimiento que tiene este hospitalario pueblo en relación con la colonia hebra de Colombia” “la inmigración de los últimos diez años, desde inicio en todo el mundo la crisis económicas, trajo gente honorable y buena a buscar la vida en el continente suramericano⁹⁵.”

La prensa colombiana solo tenía intenciones de hacer mala propaganda al comercio judío. En la misma edición, *Nuestra Tribuna* publica el artículo *Hebreos en Colombia*⁹⁶ y da a conocer mejor el pueblo judío y aclara dudas que ha difundido la prensa colombiana, pero en este artículo lo que más llama la atención es la comparación de migración que hace, porque hace una subdivisión de la migración judía en Colombia y muestra quiénes fueron los Kloppers: “La inmigración hebrea comenzó aproximadamente en el año de 1925”⁹⁷. Todos venían de Polonia, Rumania y Palestina, pero no llegaron directamente de sus países natales. Algunos venían de Costa Rica, Perú, Brasil. Esta se estableció en varias partes de Colombia, “pero solo en 1928 y 1929 comienza una migración directa, que fue la que se radicó en Bogotá”⁹⁸ y esta fue la que se dedicó a las ventas ambulantes. En cambio, los que llegaron en 1925 se dedicaron a la urbanización de barrios en Bogotá y a la industria de

⁹³ Nuestra respuesta a Crítica, En: *Nuestra Tribuna*, Bogotá (julio 1934) p. 21.

⁹⁴ Una pequeña anotación. En. *Nuestra Tribuna*, Bogotá (marzo 1934) p. 2.

⁹⁵ *Ibíd.*

⁹⁶ Hebreos en Colombia. En: *Nuestra Tribuna*, Bogotá (marzo 1934) p. 6.

⁹⁷ *Ibíd.*

⁹⁸ *Ibíd.*

tejidos de algodón y costuras femeninas, ellos se conocieron como la clase alta de los judíos en Colombia. Se distinguen la familia Michonik, Salomón Gutt, Joseph Eidelman y Rubben Possin. Incluso Simón Guberek cuando habla de Jorge Michonik, fundador de *Nuestra Tribuna*, lo retrata como un hombre distante. A él, un día le sorprendió que fuera al restaurante donde se reunían todos los Kloppers.

En junio de 1934, con un aire chauvinista, que demostraba la importancia de los judíos en Colombia, *Nuestra Tribuna* publica el artículo *La colonia hebrea y la industria nacional*⁹⁹, aunque tal vez se sale de nuestro punto inicial de los Kloppers, pero muchos de ellos terminaron siendo pequeños industriales, como Simón Guberek, que a su vez, con su empresa, recibía otros judíos para que fueran Kloppers y vendieran sus prendas, pero otros llegaron directamente a ser industriales, como Jorge Michonik, y otros vendedores fueron Kloppers hasta la tumba.

El artículo hace un contraste de precios de la ropa antes, sin los judíos, y después, con la llegada de ellos: “El inmigrante hebreo se asimiló rápidamente a las exigencias de la vida local, estudiando las probabilidades y posibilidades de la industria y comercio nacionales, tanto como las necesidades de los consumidores colombianos y, fundándose en estos conocimientos, comenzó a desarrollar sus actividades económicas, tan honorables como productivas a la República y a los trabajadores”¹⁰⁰. Principalmente se dedicaron a artículos de primera necesidad, que los consumía una parte ínfima de la población, ya que la mayor parte eran importados, por eso tenían precios muy elevados, pero con los judíos ya están disponibles para toda la colectividad colombiana. Antes de 1929, los artículos de primera necesidad tenían estos precios, sweater: “\$8”, par de zapatos “\$10” a 15”, vestido para señora “\$16”. Un sobretodo “\$40” y así los artículos indispensables tenían precios fantásticos por el comercio local, que era importador y no productor; e importadores eran pocos y, por lo tanto, estos artículos solo los tenían las clases privilegiadas. “El inmigrante, hebreo conocedor de estos ramos, no teniendo capital disponible para importar, buscó la manera de producir dentro del país, contando con gastos inferiores de producción y con

⁹⁹ La colonia hebrea y la industria nacional: En: *Nuestra Tribuna*, Bogotá (junio, 1934) p. 7.

¹⁰⁰ *Ibíd.*

probabilidades de grandes ventas a precios equitativos, razonables y justos, teniendo presente una calidad igual a la extranjera”¹⁰¹.

Aunque también Simón Gubrerek y Santiago Montenegro reconocen que Colombia inicio plantaciones de algodón y se inició el proyecto de sustitución de importaciones, que permitió que la industria textil se afanzara con mayor rapidez.

Nuestra Tribuna, en el artículo, expresa que los precios rebajaron casi un 60 por ciento gracias a la llegada de los judíos. Esto aumento la producción y el consumo. Y concluye el artículo diciendo que “la colonia hebrea vino a ganarse la vida honorablemente”¹⁰².

Se elabora una tabla con el cambio de precios presentados en *Nuestra Tribuna*, aunque este cambio de precios perfectamente corresponda no únicamente a la llegada de los judíos a Bogotá, muchas variables como mayor producción de materias primas, mayor demanda, mayor tecnificación, etc., pudieron haber afectado este cambio pero lo curioso es que sucede y los Kloppers se lo atribuyen y creen que es la razón de los conflictos con ellos.

Tabla No 2. Cambios de precios

Producto	Precio antes (sin judíos) de 1928 por unidad	Precio después (con judíos) de 1928 por unidad
Tejidos en lana	\$8.00	\$2.50
Par de zapatos	\$10.00	\$4.00
Sobretodos	\$40.00	\$14.00
Vestido para señora	\$18.00	\$6.00
Carteras	\$9.00	\$4.00

Fuente: La colonia hebrea y la industria nacional: En: *Nuestra Tribuna*, Bogotá (junio, 1934) p. 8. Estos precios son el costo de producción nacional, más que el de venta al público.

¹⁰¹ *Ibíd.*

¹⁰² *Ibíd.*

El artículo finaliza diciendo: “los comentarios que sobre ella (comunidad judía) se hagan, háganse sobre una buena base estadística”¹⁰³.

Año 1935

En febrero de 1935, un periódico, llamado *El faro, comercial*, en su primer número y al parecer el único, hizo unos comentarios y provocó que, de nuevo, *Nuestra Tribuna* hiciera “aclaraciones sustanciales”¹⁰⁴ y señalara que, al parecer, las teorías absurdas racistas de Europa están llegando a las tierras tranquilas de América. Algo ofendidos, consideran que la colonia hebrea colombiana ha sido agredida por órganos de prensa, sin justificación alguna, con publicaciones efímeras e irresponsables y sentidos que ya la colonia hebrea se ha esforzado dar datos numéricos, pero al parecer fue una tarea estéril.

Y ese papelucho, refiriéndose al *Faro*, cuya misión es dar luz sobre las “oscuras actividades de los polacos judíos”. Pero como ellos no pueden, *Nuestra tribuna* aclara que los ambulantes son correligionarios, debidamente registrados en la sección de industria y comercio del municipio de Bogotá¹⁰⁵ y cumplen correctamente con sus deberes. Las mercancías que colocan son, en su gran mayoría, productos de la industria nacional y son de procedencia lícita y legal, y es una malicia que no merece el menor examen para aseverar que nosotros convertimos en parias y esclavos a las gentes de la clase media de colombiana. “El plazo que han introducido nuestros correligionarios es una bendición para las clases obrera y media en Colombia”¹⁰⁶.

¹⁰³ *Ibíd.*

¹⁰⁴ “Aclaraciones sustanciales. En: *Nuestra tribuna*, Bogotá (abril, 1935). p. 19.

¹⁰⁵ políticas públicas frente a los vendedores ambulantes en Bogotá [en línea].

http://portel.bogota.gov.co/archivo/libreria/pdf/HI_FONDO_DE_VENTAS_POPULARES.pdf [consultado el 30 octubre 2016].

*“En 1932, el Concejo de Bogotá se encargó de tomar algunas medidas sobre el gremio y sobre expendios de mercancía en la ciudad, en la norma se estipuló como requisito para ejercer la profesión dentro de la ciudad, la presentación de un certificado de sanidad de la Dirección Municipal de Higiene y, para el caso de los extranjeros, la presentación de la cédula de extranjería expedida por la oficina respectiva de la Policía Nacional. Luego del pago del derecho de matrícula, se le extendía una patente de licencia de vendedor ambulante; para tal fin, contaban con 40 días después de sancionado el Acuerdo para su inscripción. Como órgano encargado dentro de la Administración de la ciudad para estos asuntos, se determinó la creación de la Sección de Vendedores Ambulantes al interior de la Oficina de Industria y Comercio (Aforos) y la creación del puesto de Inspector de Vendedores Ambulantes.”

¹⁰⁶ Aclaraciones sustanciales. óp. cit.

El suramericano, desacostumbrado a hacer ahorros cuantiosos, necesita de esta facilidad para la adquisición de lo necesario. Gracias a las facilidades en el pago, concedidas por nuestros ambulantes, pueden estas gentes vestirse con mayores ventajas... hace solo cinco años constituía un abrigo adornado con piel una artículo de gran lujo y accesible solamente a la nobleza santafereña. Hoy en día una sirvienta también puede adquirir esa prenda... Tienen razón los señores de *El Faro* en querer tildarnos de colonia pernicioso por todas estas actividades¹⁰⁷.

Continuaban los ataques y en *El Diario Nacional*, José Antonio Osorio Lizarazo, en el artículo *Una inmigración indeseable*, culpó a los polacos “de perjudicar los intereses de los industriales y comerciantes colombianos” con su sistema de venta al fiado. “Los extranjeros perniciosos expulsados de todos los países enriquecen y prosperan en Colombia... Sus negocios ilícitos y ventas a plazos constituyen verdaderas estafas...; deambulan por las calles, ofrecen sus mercancías averiadas, venden las drogas heroicas y organizan estafas en gran escala”¹⁰⁸.

Aunque este artículo no tendrá una respuesta directa por parte de *Nuestra tribuna*, va a ser nombrado en un balance de los periódicos que los han difamado y, en el año 1935, los ataques contra el comercio judío parece agudizarse y más de un periódico se atrevió a escribir sobre ellos.

En el artículo *De turcos, judíos y otras personas*¹⁰⁹, de *Nuestra Tribuna* se presenta una pequeña cosmovisión del judío en Colombia y se concluye que son sinónimos del “turco, hombre más o menos despreciado y odiado, que se ocupa mayormente del comercio en telas”¹¹⁰ equivalente de buhonero, ambulante, el adjetivo “judío, en ningún otro idioma tiene un significado tan ultrajante como en castellano. “Usurero, avaro, hombre sin Dios ni ley” (sic)”¹¹¹.

¹⁰⁷ *Ibíd.*

¹⁰⁸ LEAL, Lina María. “La cuestión judía”, en la Prensa Colombiana (1933-1939). El debate en relación con las comunidades judías que antecedió las restricciones a su inmigración. En: *Revista Internacional de Historia de la Comunicación*. [en línea]. [consultado 26 marzo 2016]. Disponible en: www.bdigital.unal.edu.co/4016/1/468457.2011.pdf

¹⁰⁹ De turcos, judíos y otras personas. En: *Nuestra Tribuna*, Bogotá (agosto, 1935), p. 31.

¹¹⁰ *Ibíd.*

¹¹¹ *Ibíd.*

Y en el mismo artículo, *Nuestra tribuna* presentan el balance mencionado de todos los artículos que han escrito para desprestigiarlos en diferentes órganos periodísticos: Benjamín Triana (9 de marzo, 1935), Sociedad Cooperativa de Empleados de Bogotá, *Lucha contra la usura*, judíos usureros, *El Grafico* (junio 22 de 1935), Antonio Martínez Delgado, *Culebras humanas son chino o judíos*, *El País* (junio 23 de 1935), enemigos de Colombia, *Judíos Heyman*; y el *Diario Nacional* por el novelista Osorio Lizarazo: los judíos evaden las prisiones.

Año 1936

Para este año no son tantos los artículos, pero sí tienen la característica de ser más densos que los anteriores. Iniciando el año ya tenemos, en enero, el artículo *Calibán contra los polacos*¹¹², reescrito en *Nuestra Tribuna*, que muestra un aire de mayor preocupación, porque ya son las altas esferas las que se están preguntando sobre la inmigración de los judíos, debido que el 17 de diciembre hubo un debate sobre ellos en el Senado.

Calibán, reconocido periodista de *El Tiempo*, en su columna *La danza de las horas*, señala que está de acuerdo con la restricción a esta inmigración, ya que Colombia “no es, ni será por lo menos en un futuro próximo, tierra de inmigrantes”¹¹³ y los pocos inmigrantes que vienen se dedican a hacer la competencia desleal a los nacionales. El periodista hace un llamado: “Es tiempo de proteger a los nacionales y cerrar definitivamente la entrada a los inmigrantes buhoneros; el judío de la Europa central representa uno de los tipos humanos más bajos”¹¹⁴.

La colonia hebrea se siente preocupada porque “las publicaciones contra los judíos empiezan proliferar como hongos después de la lluvia”¹¹⁵, aunque a ellos nos le gusta entrar en debate con el periodismo sucio porque consideran que es de la plebe, pero, como las

¹¹²CALIBÁN contra los polacos, En: *Nuestra Tribuna*, Bogotá (enero, 1936), p. 2.

¹¹³ Citado en: CALIBÁN. *Contra los polacos* En: *Nuestra tribuna*, Bogotá (enero 1936) p. 2-5

¹¹⁴ *Ibíd.*

¹¹⁵ *Ibíd.*

discusiones son por parte de oficiales del gobierno, se ven en la tarea de tratar el tema. Señalan que el migrante siempre se siente impresionado por el espíritu abierto, generoso y amigable que caracteriza al criollo. Pero en ciertas personas han aparecido unas “expresiones de una envidia comercial mezquina y no muy inteligente” y, de igual manera, no les sorprende, porque es a causa de la “fermentación industrial y comercial producida por los judíos, el abaratamiento de los productos manufacturados en gran competencia con gran ventaja para el grueso del pueblo”.

Calibán considera como un defecto las características de la inmigración polaca, su sobriedad y su vivir económico, pero *Nuestra Tribuna* responde que “es una condición indispensable para el éxito de una inmigración”. Calibán describe con desdén “el hombre de la calle”, diciendo que el colombiano se puede percatar de que “el buhonero que hace poco aun comía una vez al día, tiene su almacén establecido y vive como rico”. *Nuestra Tribuna* contesta:

Esto da envidia, somos humanos; según sus conceptos comerciales, debe haber allí gato encerrado, pues con medios honrados y usuales no se puede llegar tan lejos con esta facilidad. Pero no llegan a entender que la base de este negocio del ex buhonero es precisamente la confianza que tiene en su honradez y que generalmente todo el almacén no es suyo, solo el nombre, siendo las mercancías de propiedad ajena entregadas a crédito¹¹⁶.

El ministro del exterior, doctor González Piedrahíta, se quejó de que en ciertos lugares el comercio estaba casi exclusivamente en manos de extranjeros, por esos mismos indeseables que acapararon el comercio colombiano. *Nuestra Tribuna* responde “nos atrevemos a dudar, las 50 tiendas polacas que hay en Bogotá no han sido acaparadas, sencillamente es que antes no había, es mucho ruido por nada”. En la misma edición *Nuestra Tribuna*, unas páginas más adelante, sigue con las aclaraciones sobre los temas de *El Tiempo*, en *Más sobre migración*¹¹⁷ y resumen lo que “el poeta Fray Lejón (sic) describe chistosamente, cómo el polaco petardoski (sic) llega en calidad de limpiabotas a Colombia, para luego subir sucesivamente en la escala social, pronto se convierte en vendedor de trapos,

¹¹⁶ *Ibíd.*

¹¹⁷ Más sobre inmigración. En: *Nuestra Tribuna. Bogotá* (enero, 1936), p. 34.

representante de fábricas extranjeras, experto oficial del ministerio, etc.”¹¹⁸. Por parte de los colombianos hay una desconfianza sobre el ascenso social que tienen los judíos en tiempo tan reducido y tan vertical, pero los judíos argumentan que es gracias a los créditos y a las concesiones que se dan entre ellos.

Continuando con los artículos del año 36, el 27 de febrero, *El Espectador* publica “el comercio judío en Bogotá, con ingeniosos sistemas, se burla el control de las cuotas de inmigración. El barrio de las nieves, gran centro de los comerciantes a plazos”¹¹⁹ y aparece en primera página, diciendo que es una crónica que quiere expresar cómo el comercio judío está desplazando al comerciante colombiano, una exposición ligera de un pequeño problema doméstico, circunscrito estrictamente a nuestra situación, frente al inusitado progreso de un círculo de hombres extranjeros que se adueñan poco a poco de nuestras pequeñas fuentes económicas.

Sin embargo, el artículo diferencia, dice que hay unos buenos judíos que llegaron con capital, elementos de trabajo, que han invertido en nosotros con industria y comercio, pero desde 1928 (migración directa, centroeuropeos) ha llegado otro tipo de judío, que llegó sin nada, que son la mayoría, en la más lamentable situación y que para progresar se han valido de todos los medios lícitos e ilícitos, a costa de la ingenuidad de cierto público y mediante la explotación organizada del elemento colombiano. Incluso hay un tercer elemento, pues se ha apelado hasta los extremos, apoyándose en el contrabando y la trata de blancas, la estafa y algunos otros delitos comunes.

El autor exige mayor control sobre esta migración, desde su entrada, con las cuotas de migración, porque si no “continuaremos recibiendo la visita de estos sagaces especuladores, que tienen hoy en sus manos una parte considerable de nuestra esfera comercial y que se extienden tentacularmente, desde su barrio de Las Nieves (ver plano, pág. 47) hacia el

¹¹⁸ *Ibíd.*

¹¹⁹ El comercio judío en Bogotá. En: *El Espectador*. Bogotá (27 de febrero, 1936).

propio centro de la Calle Real”¹²⁰. Las medidas de Colombia frente a la inmigración han favorecido que puedan seguir llegando más, trayendo familiares.

El artículo sigue describiendo la bochornosa vida de los polacos, a quienes las señoras compran a plazos y llaman “místeres”, llevan el más bajo estándar de vida y no es porque carezcan de los medios suficientes para ponerse a nivel de la sociedad burguesa, sino porque precisamente huyen de la vida social de los países en donde están radicados, por una razón esencial, sumada a las de sus ritos religiosos y sus costumbres naturales, el ahorro, una búsqueda de evitar que a causa de una mayor erogación en el presupuesto doméstico pierda equilibrio la utilidad del 200 por 100 adquirido en el negocio.

Y termina diciendo que todos los israelitas se han ubicado en el sector Las Nieves y esa función de mantenerse unidos es la que los hace fuertes. Se puede ver aplicada unas de las leyes de Attali¹²¹. Y el escritor advierte, al final del artículo, a las autoridades “quedan ya pocos comerciantes colombianos en la Avenida de la República. Pocos días faltan para que no quede ninguno”¹²².

El día siguiente, 28 de febrero de 1936, se hace otra publicación en *El Espectador*. Luis D. Peña, con el título *Los vendedores ambulantes. Con letras en blanco y sin fecha se tiraniza al pequeño empleado. Ganancias del 600 por 100 en las ventas a plazos. Usura al 20 por ciento. La explotación del obrero colombiano*¹²³. Este título, con un gran tamaño de fuente, ocupa la primera portada de *El Espectador*. Dice que los vendedores a plazos invadieron un día todas las barriadas pobres y los sectores habitados por gentes medias, con sus maletines, sus paquetes de sweaters, de zapatos, de medias, de blusas de crespón y otras vituallas, golpeando de puerta en puerta con sus mercancías a crédito y amplios en las concesiones,

¹²⁰ *Ibíd.*

¹²¹ ATTALI, Jacques. *Los judíos el mundo y el dinero: historia económica del pueblo judío*. 2002. argentina: fondo de cultura económica. 2005. p 486.

¹²² *Ibíd.*

¹²³ *Los vendedores ambulantes. Con letras en blanco y sin fecha se tiraniza al pequeño empleado. Ganancias del 600 por 100 en las ventas a plazos. Usura al 20 por ciento. La explotación del obrero colombiano*. En: *El Espectador*. Bogotá (28 febrero, 1936).

amables en el trato y simpáticos, por su trabalenguas internacional. Van en busca de consumidores, siempre han ido ellos en busca de su clientela, y qué fácilmente lograban convencerlos de que aquella mercancía no costaba nada en realidad. “Aquí comienza la tragedia de todos y de cada uno”.

Imagen N°2. Klopper estafador



Imagen tomada de Los vendedores ambulantes. Con letras en blanco y sin fecha se tiraniza al pequeño empleado. Ganancias del 600 por 100 en las ventas a plazos. Usura al 20 por ciento. La explotación del obrero colombiano. Dimensión 6 x 8 cm, en: *El Espectador* (28 febrero 1936).

Con la imagen hacen una representación del diálogo entre el “míster” y la señora ama de casa en el proceso de venta, aunque curiosamente no hay exageraciones en los gestos y fenotipos del judío, algo que era muy común en la prensa del momento. En resumen, la imagen muestra la conversación donde la señora se expresa diciendo que no tiene lo que vale el sweater y el “mister” dice que solo \$50 centavos, que luego el resto, la señora hace cuentas de todo lo que debe comprar en los gastos del hogar y regresa el Sweater; entonces el “mister” dice, tómelo, mañana vengo por los \$50 centavos, entrega la prenda y se aleja

tranquilo, la mujer queda satisfecha, adquiere el sweater y dice “que confianza, estos hombres sí sirven”¹²⁴ y lo estrena y luce elegante.

Inclusive, la manera en que se expresa la mujer en los artículos y eso de buscar los centavos se asemeja a la manera que los describe salomón Brainski en *Gentes en la Noria*:

Esperan que les paguen la ganancia de toda la semana, que son \$7,20. Largo tiempo el papá de Carlos hace cuentas buscando la manera de repartir de sus necesidades esta flaca ganancia: “siete diarios de a 0,50, son 3,50; \$1,50 para el arriendo; 0,50 para el “míster” que vende a plazos, ya son \$5,50; le quedan 1,70; y ahora cigarrillos, cinco centavos para onces cada día; en una palabra es imposible distribuir esa suma toda una semana, porque siempre quedan huecos que no hay cómo llenar”¹²⁵.

Continuando con la Crónica del artículo del *Espectador*, al día siguiente el vendedor regresa puntualmente, con el nombre de su nuevo cliente en su *Kardex*¹²⁶ de bolsillo, exige el pago de los 50 centavos, pero esta vez menos simpático y menos amable, la señora no tiene de la economía doméstica para pagar, esto se repite muchas veces hasta que se van al juzgado y la señora pierde. Se ve obligada a pagar \$6 pesos de saldo, intereses y costo del juicio.

El artículo advierte que el precio normal es de \$4 pesos. Según *Nuestra Tribuna* está en lo correcto, pero ese es el precio de producción y no de comercialización, aconseja al empleado público y particular que tiene sueldo de \$60 o \$100 y que no le alcanza para un traje de contado y se ve forzado a buscar al “míster”, podrán terminar de visitar al ministerio, lo cual se ve en aumento. Ya que los “místeres” se aprovechan de los compradores con letras sin fecha y sin cantidad de valor, iniciando una especie de extorsión. Entonces, un traje de \$55 pesos que usted pagó con \$10 pesos de cuota inicial puede salir más caro de lo usted calculaba.

El artículo del 28 de 1936 se extiende diciendo que la mayoría de ambulantes carecen de capital. Cuando llegan al país, llegan en miseria, pero acuden a su correligionario (otra ley

¹²⁴ *Ibíd.*

¹²⁵ Brainski, óp. cit. p. 38.

¹²⁶ Libreta pequeña.

de Attali), que está en las calles centrales y posee sus almacenes, fábricas y talleres, y se dan un amplio crédito entre ellos. El almacenista les da prendas, fija un precio con un recargo del 100 o 50 por ciento, y el ambulante de ahí puede subir el precio que considere necesario, por eso piden el cuádruplo del valor real de la mercancía, que luego baja hasta donde sus ganancias lo permitan y, de esta forma, van reuniendo las utilidades, que poco a poco se convierten en un pequeño capital de \$1.000 o \$3.000, base para iniciar su negocio por cuenta propia, sus privaciones en su estilo de vida se los permite. Guardan el dinero con unción religiosa, pero este afán de enriquecerse los hace llevar una vida melancólica y sucia.

Continuando con el artículo del *Espectador* del 28 de febrero de 1936, que es más extenso que los anteriores, continúa aclarando que no todos los centroeuropeos han hecho sus capitales de manera ilícita, hay hombres honrados que con esfuerzo han logrado una posición respetable de una manera ética. Él artículo está dirigido a los que se aprovechan de las ingenuidades de la gente, con trucos fraudulentos, explotando a las obreras con salarios injustos, la producción de productos de dudosa procedencia zoológica y los que se han aprovechado del contrabando. Y cierra diciendo que en el sector de Las Nieves hay de ambos (ver plano, pág. 47).

Imagen N°3. Almacén judío en las Nieves



Trajes? Cueros para zapatos? Piel de conejo con pretensiones de zorro argentado. Todo lo encuentra usted en este almacén.

Imagen tomada de: Los vendedores ambulantes. Con letras en blanco y sin fecha se tiraniza al pequeño empleado. Ganancias del 600 por 100 en las ventas a plazos. Usura al 20 por ciento. La explotación del obrero colombiano. Leyenda: *¿Trajes? ¿Cueros para zapatos? Piel de conejo con pretensiones de zorro argentado. Todo lo encuentra usted en este almacén.* Dimensión 12 x14 cm. En: *El Espectador* (28 de febrero, 1936, pag.12).

La foto es de un almacén del barrio las nieves y en el pie de página pone en duda como es anteriormente mencionado calidad de los materiales y su procedencia zoológica, ya que dicen que se van a utilizar las pieles de conejo para las prenda, pero las harán pasar por la de zorro.

En la misma edición, unas páginas más adelante, en otro artículo, *Elogio de los judíos*, dice “nuestro comercio pasa las honda penas, por el contrabando de ese grupo extranjero que baja el nivel de sus mercancías hasta el absurdo, con perjuicio notable de los colombianos”¹²⁷. Sin mayor ahondamiento en el tema.

¹²⁷ Elogio a los judíos. *El Espectador*, Bogotá (28 de febrero, 1936). p. 11

Como ya era costumbre, en marzo *Nuestra tribuna* ya tiene respuesta para todo lo anterior. Comenta y escribe el artículo *La federación hebrea rectifica la campaña de El Espectador*¹²⁸ porque, en febrero, *El Espectador*, de esta capital, publicó una serie de artículos llenos de ataques injustos a la colonia hebrea, en general, sobre todo al comercio y a los vendedores ambulantes, en especial.

La colonia le pide al reportero Luis D. Peña, el escritor del artículo, que se rectifique frente a los cargos de insidioso, formulados contra una agrupación laboriosa, honorable e inofensiva. Expresando que “cuando se inició el movimiento de inmigración hebrea en Colombia, de 1927, en adelante el consumidor colombiano era víctima de un monopolio absorbente en sus relaciones comerciales con mercaderes e importadores nativos. Esa es la verdad histórica”¹²⁹.

Nuestros comerciantes, con su innata habilidad, comprendieron que el sector de la Avenida de la República, por su amplitud y comodidad, brindaba un campo virgen para desarrollar sus lícitas actividades comerciales. Nadie hubiera imaginado que la Avenida de la República pudiera transformarse en lo que es hoy. Basta observar el movimiento que presenta la Carrera 7ª, entre las calles 16 y 22 (ver plano, pág. 47), intensas actividades jamás vistas, sin que aparezca por ninguna parte esa especie de fortaleza judía, replica *Nuestra Tribuna*: “el público consumidor está con nosotros, porque sabe que en la Avenida de la República obtendrá a precios al alcance de sus capacidades económicas, prendas, vestuario, calzado, pieles, etc. De las que se veía privado antes, cuando era víctima del monopolio comercial que floreció por muchos años”¹³⁰, que perjudicó mucho tiempo el ahorro, la economía y estándar de vida de las clases medias, profesionales, artistas, empleados, obreros y sirvientas.

¹²⁸ La federación hebrea rectifica la campaña de *El Espectador*. En: *Nuestra Tribuna*. Bogotá (marzo de 1936) p. 19

¹²⁹ *Ibíd.*

¹³⁰ *Ibíd.*

Respecto a la “tiranía” de los patrones hebreos, dice que ya ha sido explicada con números, en anteriores publicaciones. Se limita a decir que si quieren confirmar, pueden ir a la Oficina de trabajo.

Los califican de contrabandistas en un gran número de artículos, aunque Azriel Bibliowicks en su novela histórica dice que contrabandeaban pieles de zorro plateado, que traían dentro de los osos de peluche que importaban, pero quedan en el aspecto de la ficción. Para los artículos colombianos, el contrabando era la manera más fácil de explicar el éxito comercial judío en Bogotá. *Nuestra tribuna* dice que nunca se presentó una prueba contundente ante la aduana y el “Sherlock Holmes criollo” no logró conseguir nada por la andanza de la Avenida de la República.

El Tiempo, para las mismas fechas de *El Espectador*, hace la publicación *El drama israelita*¹³¹, en que alaban sus capacidades intelectuales y sus grandes capacidades, pero esto no hace que “el pequeño comercio y la pequeña industria nacional deban quedar a merced de competidores cuyos sistemas y recursos parezcan fraudulentos y desleales”¹³²

En abril, vuelve a publicar *Nuestra Tribuna* otro artículo, *Tempestad en un vaso de agua*, donde, con extrañeza, expresa que desde varias semanas atrás vienen agitándose en la prensa y entre ciertos círculos comerciales el problema del hebreo. Y discuten sus consecuencias. Estudios sociológicos que emprenden cruzadas contra el centroeuropeo, solo con el afán de demostrar el peligro de su presencia en estas tierras. Y a pesar de que proliferan, desaparecen con el dolor del fracaso. Con sus últimos pasos han pasado de lo ridículo a lo absurdo. Afirman que son 2.000 individuos, cuando sin exagerar serán al menos 400 almas judías, y exigen revisión de pasaporte, inspección de higiene, vivienda y alimentación. “Estimado ambulante hebreo: aliste sus maletas en caso de que lo encuentre

¹³¹ El drama israelita. En: *El Tiempo*. Bogotá (28 de febrero, 1936).

¹³² *Ibíd.*

don Luis D. Peña, comiendo cebolla y pan seco. No sabía usted que eso significaba una alta traición a la patria adoptiva y una amenaza a la moral y a las sanas costumbres del país”¹³³.

Ya finalizando el año, otro periódico que también estimuló la campaña contra el comercio judío en Colombia, *El Fascista*, evocaba al nacionalismo para boicotear a los hebreos: “Si usted es colombiano no compre en almacenes judíos. Apoye la industria nacional”¹³⁴.

Año 1937-1940

En 1937 se cierra la revista *Nuestra Tribuna*. No se saben las razones, pero habían dejado de publicar mensualmente y tenían problemas internos de organización de la colectividad hebrea en Bogotá, pero también en este año no hubo ataques de parte de otros periódicos y el gobierno de Eduardo Santos limitó la entrada de judíos alemanes al país. Bajo el mandato del Ministro de Relaciones Exteriores Luis López de Mesa, el 23 de septiembre de 1938, con el decreto 1752, se prohibió la entrada a personas que hubieran perdido su nacionalidad de origen o que sufrieran alguna limitación en el ejercicio de sus derechos civiles y políticos. Con esta legislación, las personas que el régimen nazi expatriaba o desnacionalizaba, otorgando pasaporte de salida, pero no de entrada, no podían ser aceptadas en Colombia. Firmaron el decreto: Eduardo Santos (Presidente), Carlos Lozano y Lozano (Ministro de Gobierno), Carlos Lleras Restrepo (Ministro de Hacienda y Crédito Público) y Luis López de Mesa (Ministro de Relaciones Exteriores).

De ahí, muchos periódicos de todo el país apoyaron las medidas del cierre de frontera. Entre ellos, *El Siglo*, *El Anacleto*, *Colombia nacionalista*, pero debe aclararse que Colombia no fue el único país en cerrar las puertas en ese momento. También México, Ecuador y Argentina¹³⁵ tuvieron políticas más estrictas.

¹³³ *Nuestra Tribuna*. Bogotá (Abril 1936) p.2.

¹³⁴ Leal Villamizar, Lina María. Colombia frente al antisemitismo y la inmigración de judíos polacos y alemanes, 1933-1948. 2011 Universidad Nacional de Colombia. p. 37.

¹³⁵ La Argentina frente a la posibilidad de salvar a judíos durante la Segunda Guerra Mundial [en línea]. <<https://america.revues.org/683>> [consultado el 8 noviembre 2016].

Y a pesar de todo, ante la crisis, se dio paso a la reflexión y varios periódicos cambiaron de postura, como lo fueron *El Espectador*, *El Diario Nacional* y *La Estampa*. Hubo una transición de visión del Klopper, de malo se pasó a un judío bonachón.

Imagen N°4. Klopper Bonachón



Imagen tomada: LEAL VILLAMIZAR, Lina María. Colombia frente al antisemitismo y la inmigración de judíos polacos y alemanes, 1933-1948. 2011 Universidad Nacional de Colombia, p. 73.

En la imagen que acompaña al texto en una publicación del periódico *La Estampa* se representa al judío como un hombre próspero, vestido con traje, corbata y sombrero, cargando corbatas en su brazo izquierdo y su maletín, en el otro, pero ya no existe algún tipo de caricaturización, ni exageración de rasgos físicos. Se trata de un hombre común y corriente.

El artículo devela un cambio en torno a la percepción del judío Klopper, que comenzó a ser comprendido y aceptado en la sociedad colombiana, por la cantidad de beneficios que generaba (mejores precios, formas de adquisición y empleo para otros colombianos)¹³⁶.

Alberto Lleras, muchos años después, el 10 de marzo de 1974, en *El Tiempo*, señaló que los judíos polacos realizaron una humilde revolución judía, mediante su oficio de comerciantes en Colombia: “las mercancías no solo bajaron de precio, sino que se pusieron al alcance de todos”¹³⁷. Lleras destaca el hecho de que este comercio incluyó a negros, indios, mulatos y toda clase de poblaciones subalternas¹³⁸. El comerciante conseguía, a precio muy bajo, el elemento y lo vendía por un precio que en realidad se acrecentaba por los intereses, a esta práctica era a lo que los colombianos llamaban usura.

5.6 Compra y venta desde la prensa

La prensa, a diferencia de la literatura, presenta una exquisita descripción cuantitativa del proceso de venta del Klopper, para saber el valor y el costo aproximado de los productos vendidos, y realmente es su mayor aporte. De esta manera se confirma que los judíos estaban cambiando el comercio colombiano.

Pero también expone características del Klopper que podemos identificar mientras avanza poco a poco el debate en la prensa. Una, y es la más renombrada, es que los Kloppers tenían un comercio del por menor basado en los intereses y la especulación. Crearon un nuevo hábito de consumir en la población bogotana y cambiaron el producto extranjero por el colombiano, compitiendo con un menor precio gracias a las pequeñas industrias iniciadas por los judíos y haciendo una serie de concesiones del crédito: desde el industrial al dueño del almacén, de este al Klopper y de ahí a la persona de las barriadas populares de Bogotá.

¹³⁶ *Ibíd.* p. 73.

¹³⁷ LLERAS, Alberto. Una humilde revolución judía. 10 de marzo de 1974 [En Línea].

<https://news.google.com/newspapers?nid=1706&dat=19740310&id=sXc0AAAAIIBAJ&sjid=_6UEAAAAIIBAJ&pg=2671,4342235&hl=es> [consultado 4 nov. 2015].

¹³⁸ *Ibíd.*

Por lo tanto, el Klopper se permitió jugar con los precios, debido al bajo costo de producción y adquisición. En ocasiones se daba el lujo de aumentarle hasta el 600% al valor, tal vez con en el crédito no se sentía su impacto real, pero, de igual manera, seguía siendo más barato que el valor de las prendas importadas por los colombianos.

Otra característica fue que el judío, gracias a la toma de decisiones racionales, por sus hábitos, experiencia y organización, vio que la mejor posibilidad era ser ambulantes. Con esta nueva manera de comprar y vender, los consumidores ya tenían que empezar a jugar entre el crédito y el ahorro, para poder adquirir las prendas, y al Klopper le tocaba tener una economía muy ascética, para poder hacerse de mayores capitales. Eso fue mal visto por muchos colombianos, pero Max Weber nos ha enseñado que el ahorro es la base de la economía capitalista.

También, de una manera cómica, la prensa describe cómo era, en la práctica, la venta entre el Klopper y el ama de casa, una de sus principales clientes, cómo se convertía en un “jala y jala”, donde el judío argumenta lo barato del producto y la mujer, en la escases de efectivo, y así el precio del Klopper, que iniciaba en 600%, podía bajar a un 400%, donde las dos partes tenían que ceder para poder hacer efectiva la venta.

La prensa que abogaba por los Kloppers en busca de apoyar su legalidad afirmaba que estaban correctamente inscritos en la alcaldía como vendedores ambulantes, aunque no se logró conseguir su carnet, ya que en los archivos, Museo de Bogotá y fondo de ventas populares, solo se encontró registro de ambulantes desde 1975, pero se podría decir que los Kloppers pagaban el impuesto de ambulante y se mantenían en la legalidad.

Entonces, la prensa describe cómo estos pequeños hombres crearon otro foco comercial en Las Nieves, un nuevo sector comercial vigoroso, con nuevos agentes y nuevas estrategias comerciales, y a pesar de sus trivialidades al principio, el paso de los años han dado un visto bueno a estos hombres, incluso de los mismos periódicos y hombres que alguna vez los atacaron.

6. CONCLUSIONES

Antes de exponer las conclusiones a las que se ha llegado, se debe advertir que la palabra éxito es a veces difícil de tratar y tiene diferentes matices. Muchas veces el éxito se da de diferentes maneras, pero el éxito al que se refirió en el objetivo principal se comprende como la consecuencia acertada de una acción o de un emprendimiento. Tal vez por eso podemos considerar a los Kloppers como exitosos. Pero entre las dificultades del éxito hay que entender que hay muchas maneras de conseguirlo. Un ejemplo es salomón Brainski, que no fue el gran vendedor, pero en la literatura tuvo una gran aceptación. ¿Qué sería la comunidad judía bogotana sin sus libros?, que ahora son literatura invaluable para las diásporas latinoamericanas.

6.1 Simón Guberek

Luego de este largo recorrido al lado de los Kloppers, creo que no se podrían hacer de mejor manera las conclusiones que entrelazar la teoría empresarial, el contexto, la literatura y la prensa, de manera transversal, a la vida de Simón Guberek, que es el Klopper con mayor documentación y es el tópico de los judíos vendedores ambulantes.

Inicialmente, Simón Guberek cumple con la característica de ser judío askenazi de Polonia, que hace parte de la segunda migración directa, que llegó a Colombia después de 1925 y ofició como Klopper con ayuda de su hermano y otros judíos. Desde ahí, poco a poco avanzó a ser un industrial.

Aunque en este periodo se puede ver que hubo un despertar de la economía colombiana, que el mismo Guberek afirma que lo ayudó, no es suficiente estar en el contexto. Así como muchos lograron avanzar económicamente, otros fracasaron, pero todos los judíos luchaban por la necesidad de hacer América. Se puede decir que el boom cafetero en Colombia empezó una orgía de gastos, que se percibió en las nuevas formas de comprar de las personas y permitió extender las ventas a todas partes.

Los juicios prácticos fueron los que lo llevaron a S. Guberek, y a Jaime Szerman, a ser ambulante, una aptitud básica para un empresario. Tuvo que luchar y catequizar a los compradores, con el trabajo intensivo, sumado al ahorro y amigos solidarios que lo ayudaron cuando era verde, que le enseñaron que el carnicero, el lechero y la fonda eran los mejores clientes, además de otras pequeñas ayudas necesarias para tener éxito en su proyecto.

Haber estado en el contexto de ese despertar de la economía colombiana no era garantía de nada. Por eso parece pertinente la diferenciación que hace Guberek entre los que se quedaron en el barrio Las Cruces y los que buscaron nuevas fronteras y nuevo barrio en Las Nieves. Estos son los que van a ser los próximos industriales. Aunque los Kloppers en su inicio ya eran una innovación de apertura de nuevas redes de mercados basados en la teoría shumpeteriana, entre ellos mismos debieron seguir buscando una continua expansión de frontera, como lo hizo Simón Guberek, que buscó relaciones con pueblos aledaños de Bogotá para vender sus prendas.

Entre la información revisada, otra de las razones que apunta a dar razón de por qué consiguió éxito Guberek, fue porque el Klopper tenía características del empresario colombiano y extranjero, ya que se dedicó a pequeñas transacciones y pequeños negocios, buscando cubrir necesidades básicas, y no a vender productos de lujos, como otros extranjeros, aunque igualmente siempre buscó la industrialización siempre se proyectó en la diversificación más que en la especialización de productos. De esta manera, podemos considerar que los judíos se diferenciaron de otros extranjeros ya que por su falta de capital siempre buscaron un mercado pequeño, donde vendían productos de primera necesidad.

Pero S. Guberek también cumplió las reglas que Attali señala que todos los judíos aplican para su éxito en las diásporas. Cumple las características del oficio, que debía ser un trabajo libre de los otros judíos, compitiendo entre ellos mismos, lo que hace necesaria la solidaridad. El Klopper se comportaba de esa manera. Cada uno respondía por sus prendas y sus ventas eran libres del uno al otro, desde el judío dueño del almacén, que prestaba las

prendas para ellos. Todos los Kloppers competían entre ellos, cada uno era independiente y por las barriadas pobres iban buscando siempre el mejor cliente, al que se le pudieran dar créditos libremente con toda seguridad, pero siempre solidarios y ayudándose entre ellos, dándose consejos entre verde y maduro, suministrándose prendas para iniciarse como Klopper y dando posada o intercambiando en los restaurantes las prendas para quien las necesitara.

También Guberek se encargó de cubrir tres servicios indispensables de un inmigrante, para ser bien aceptado en tierras ajenas: descubrir, relacionar e innovar. Los Kloppers no fueron la excepción, porque lograron descubrir un nuevo mercado, relacionaron nuevas redes de comercio e innovaron una manera desconocida de vender en Colombia.

Pero de las leyes que deduce Jackes Attali¹³⁹, en lo Kloppers hay unas más palpables que otras. Se ven manifestadas en diferentes momentos y se interpretaría en los siguientes ejemplos:

1. vivir en grupo. Para protegerse de las persecuciones. Se percibe en la manera de agruparse en el barrio Las Nieves, donde buscaron un espacio para estar juntos aunque nunca crearon un barrio judío, como en otras ciudades del mundo. Fue más bien un sector de solo comercio judío, porque a la hora de vivienda trataron de mantenerse cerca de las elites bogotanas y esta unión les permitía consolidarse como una comunidad sólida.

2. Permanecer incesantemente al asecho. Estar dispuesto a marcharse en caso de peligro. Subyace de la razón del periódico *Nuestra Tribuna*. Su misión era mantener informada a toda la comunidad judía y estar atentos a todos los ataques hechos en la prensa. Los judíos no se marcharon de Colombia y se sabe que los ataques solo eran al comercio y ambulantes. Entonces, muchos Kloppers rápidamente optaron por cambiar o “marcharse” del comercio a la industria, para tener mucha más calma.

¹³⁹ ATTALI, Jacques. Los judíos el mundo y el dinero: historia económica del pueblo judío. 2002. argentina: fondo de cultura económica.2005. p 488.

3. *Transmitir la herencia cultural a las generaciones siguientes.* Los askenazis, a diferencia de los judíos sefardíes, que llegaron siglos antes, sí se preocuparon por hacer escuelas clubes, periódicos y cementerios, para transmitir su experiencia a las generaciones siguientes. Aunque también el siglo en el que llegaron, a pesar del antisemitismo, permitía practicar más fácilmente una fe diferente a la católica en Colombia. Otra manera de transmitir esa herencia cultural fue a través de los libros. Por eso Brainski y Guberek dan un gran legado a las próximas generaciones.

4. *Imponerse una moral muy austera.* Seguir sus ritos religiosos les exige vivir de una manera muy ascética, pero también por necesidad, pues la vida les exigió vivir el ahorro de una forma inquebrantable, lo cual les permitió adquirir un capital, ayudándose con la reducción del gasto. Así lograron ascender socialmente, para traer a todos sus familiares de Europa y reconstruir sus vidas en Colombia.

5. *Aceptar la ley del anfitrión sin perder la suya, vivir de las lealtades simultáneas y no sucesivas.* Esta es más difícil de identificar, ya que si se fija en la prensa, pareciera que no hubieran respetado ninguna ley del anfitrión, pero sabemos que pagaron impuestos, trataron de ser muy correctos, respetaron la localidad y no buscaron entrar en el espacio del comercio colombiano, sino que buscaron tener un barrio propio.

6. *Aceptar los aportes extranjeros, ideas, lengua, cultura...etc.* Se adaptaron a estas nuevas tierras y muchos llegaron a sentirse tan colombianos como judíos, aunque siempre hubo un aire de melancolía en dicha adaptación.

7. *Crear riquezas nuevas o servicios nuevos.* Sobre esta ley se basa toda esta investigación y se puede avistar en los Kloppers, en la industria y en todas las nuevas formas de venta que llegaron a hacer. Los nuevos servicios ofrecidos por el Klopper, con sus innovaciones, con sus créditos comerciales y con las nuevas redes de comercio en los barrios populares y también una industria nacional textil de confección artesanal.

Guberek en toda su biografía no menciona nada directamente sobre a los ataques hechos por la prensa. Solo un par de indirectas, pero difíciles de identificar a quién iban. Entonces, se puede decir que, en lo que corresponde a los colombianos, fueron unas actitudes de políticas proteccionistas, pues incluso en las últimas publicaciones de la prensa se ve un apoyo al cierre de fronteras, porque el comercio colombiano se ve afectado por esta migración.

Dado que desde sus inicios la Plaza de Bolívar de Bogotá fue un lugar estratégico para el abastecimiento y comercio de la ciudad y el núcleo de poder y que en ella se ubicaron los mercados, las entidades gubernamentales y religiosas más importantes y que era el principal símbolo de la construcción de la identidad nacional, sabemos que con los judíos las elites ya no mantenían el monopolio del comercio y de productos y que ellos, los Kloppers, ayudaron a desaparecer el primer recuerdo de Alberto Lleras Camargo, en el que su tío se ufanaba de ser comerciante. Con las finas manos de las pequeñas industrias y productos nacionales con nombres extranjeros lograron descentralizar el mercado bogotano y con ello estaban siendo parte de una destrucción creativa y rompiendo el statu quo del comerciante en Colombia. Por esta razón, la prensa buscaba promover políticas proteccionistas y abogaba por Colombia. Se puede decir que no fue la única nación latinoamericana que buscó incentivar ese tipo de políticas.

De igual manera, tampoco hay que negar que los altos intereses son usura y con ella, como lo expresa *Nuestra Tribuna*, lograron empezar a producir trajes con un costo de producción de cuatro pesos, pero con la venta a plazos su valor era de sesenta pesos, que era un salario mínimo de aquella época¹⁴⁰, pero siendo pagado con las cómodas cuotas de cincuenta centavos cada ocho días, los clientes no sentían que hubieran pagado tanto. Pero el crédito en estas circunstancias tiene varios matices, ya que el Klopper debió optar el alto interés para estimar y disminuir el riesgo, debido a que varias cuentas debieron ser canceladas por falta de pago del comprador.

¹⁴⁰ DUQUE MOSQUERA, César Augusto. Salario Mínimo Legal. Datos Históricos. Colombia [en línea] <http://consultas-laborales.com.co/index.php?option=com_content&view=article&id=84&Itemid=88> [consultado el 31 de dic. 2015].

Esta manera de vender se entiende como crédito comercial, una categoría relativamente poco estudiada en economía financiera. Se trata de un tipo de deuda a corto plazo y de naturaleza informal, cuyos términos no están generalmente fijados de forma legal. Así, el crédito comercial se puede conceder a través de fórmulas como el aplazamiento del pago de una transacción sobre bienes o servicios que sean objeto de negocio típico de la empresa, en la que el comprador actúa como prestatario y el vendedor como prestamista¹⁴¹.

Cuando el vendedor selecciona el tipo de interés se enfrenta a un problema de selección adversa. Como no conoce las diferentes probabilidades de cumplimiento en el pago de los distintos clientes, un aumento del tipo de interés llevaría a que disminuyera el número de prestatarios con mayor solvencia, elevándose, de esta manera, el riesgo medio del conjunto de solicitantes del crédito¹⁴². Esto obliga a reducir los posibles compradores. Ya lo expresaba Guberek, compradores siempre había, pero en los pagos aparecían pocos. Por eso sus compradores preferidos era una clase media ascendente, entre tenderos, carniceros, panaderos, etc.

Siendo reiterativo, se concluye que Guberek y todos los Kloppers innovaron con las maneras de vender, buscar nuevos clientes, nuevos sectores, nuevas industrias, nuevos productos, nuevos clientes y nuevas formas de distribuir. El Klopper fue un agente de cambio social, como lo deben ser todos los empresarios, y asumir toda la responsabilidad de pérdidas y ganancias.

Pero este desarrollo económico de los Kloppers se alimentó de muchos actos cotidianos o factores ocultos, como la necesidad de compartir la misma dieta kosher, la necesidad de entretenerse jugando en las mesitas verdes o dedicándose al estudio de la palabra. El éxito del Klopper no se deben solo como unidad, sino como colectivo, que de reunía a la hora del almuerzo en el restaurante a compartir todos el mismo sueño: Hacer América.

¹⁴¹ RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ, O.M. El crédito comercial: marco conceptual y revisión de la literatura [en Línea]. <<http://www.aedem-virtual.com/articulos/iedee/v14/143035.pdf>> [consultado el 5 de mayo 2016].

¹⁴² *Ibíd.*

6.2 Conclusiones parciales

De una manera pragmática y concisa, resumida en unos reglones, estas son las razones por las cuales fueron exitosos los Kloppers en Bogotá:

1. Estuvieron entre el límite de las características del empresario extranjero y colombiano.
2. Llegaron en un contexto histórico que Colombia exigía: productos de primera necesidad.
3. La cultura judía les dio características necesarias para ser empresarios y mantenerse como unidad.
4. Fueron innovadores, especuladores y ahorradores, otras características del empresario, según la teoría.
5. Crearon una industria nacional con pequeñas máquinas y finas manos.

A esas conclusiones se logró llegar a partir de un extenuante trabajo basado en la búsqueda de bibliografía, prensa y literatura, aunque hizo falta otro tipo de información, como entrevistas formales a los Kloppers, pero los judíos son bastante reservados y los que aún viven tienen una edad bastante avanzada y no todos se quedaron en Bogotá. Por lo tanto, no se logró conseguir entrevistar a un Klopper, lo cual hubiera permitido completar el diálogo y haber hecho un trabajo de cartografía humana sobre el plano de Bogotá y entender cómo se distribuyeron exactamente, por la ciudad, todos los vendedores. Entre esas cosas que se escaparon y hubiera sido fantástico haber logrado conseguir fue una Libreta Kárdex donde anotaban todo respecto a las ventas, pero eso hubiera implicado un trabajo mayor, ya que la mayoría hablaban idiomas diferentes al español. Aun así, las descripciones en esas libretas habrían permitido adentrarnos más al mundo de los Kloppers. El carnet de vendedor ambulante o un registro fue algo que se buscó, pero que, de igual manera, se escabulló entre los archivos. Se intentó conseguir, para aportar una prueba fehaciente de que sí cumplían

con el pago de un impuesto a la alcaldía y habría dado mayor soporte a la postura judía en la prensa.

A pesar de estas fallas, se continuó y se logró dar un aporte académico con el trabajo, cuya mayor contribución es una caracterización del Klopper como empresario y una pequeña distinción del empresario judío frente los otros empresarios extranjeros en Colombia, ya que, como se logró ver, sus características son muy diversas y no se ajustan mucho a los empresarios de otras nacionalidades ni tampoco a los locales.

También surge la idea de potencializar el estudio del crédito comercial, un concepto tal vez desvalorizado, aunque muchos negocios se componen de ese crédito para abastecer su economía. Sería interesante poder investigar no solo en los Kloppers, sino también en otras experiencias, como las tiendas de barrio, ferreterías, almacenes, carnicerías, panaderías, etc. y comprender su impacto y beneficios.

Unas preguntas muy subjetivas que se buscaba resolver era por qué ser Klopper, por qué la venta ambulante de ropa a crédito, por qué no emplearse. También buscar ese eslabón perdido, el primer judío al que se le ocurrió esa idea, pero fue una tarea infructuosa y la única tentativa de respuesta que deja es que los judíos a lo largo de la historia han tenido una estrecha relación con lo ambulante y las prendas, tal vez esa sea la única razón.

6.3 Línea del tiempo

En la línea del tiempo se ven todos los acontecimientos importantes que definieron la selección de la temporalidad y la prensa recopilada para el trabajo. Se indica por qué era el mejor periodo para investigar. En la realización del estado de la cuestión se logró inferir que la época en que llegaron los judíos askenazis fue entre 1918 y 1938, pero ya trabajando las fuentes se logró entender que en ese corto periodo hubo dos tipos de migraciones y solo fueron Klopper los que llegaron después de 1925 y que los que llegaron antes se

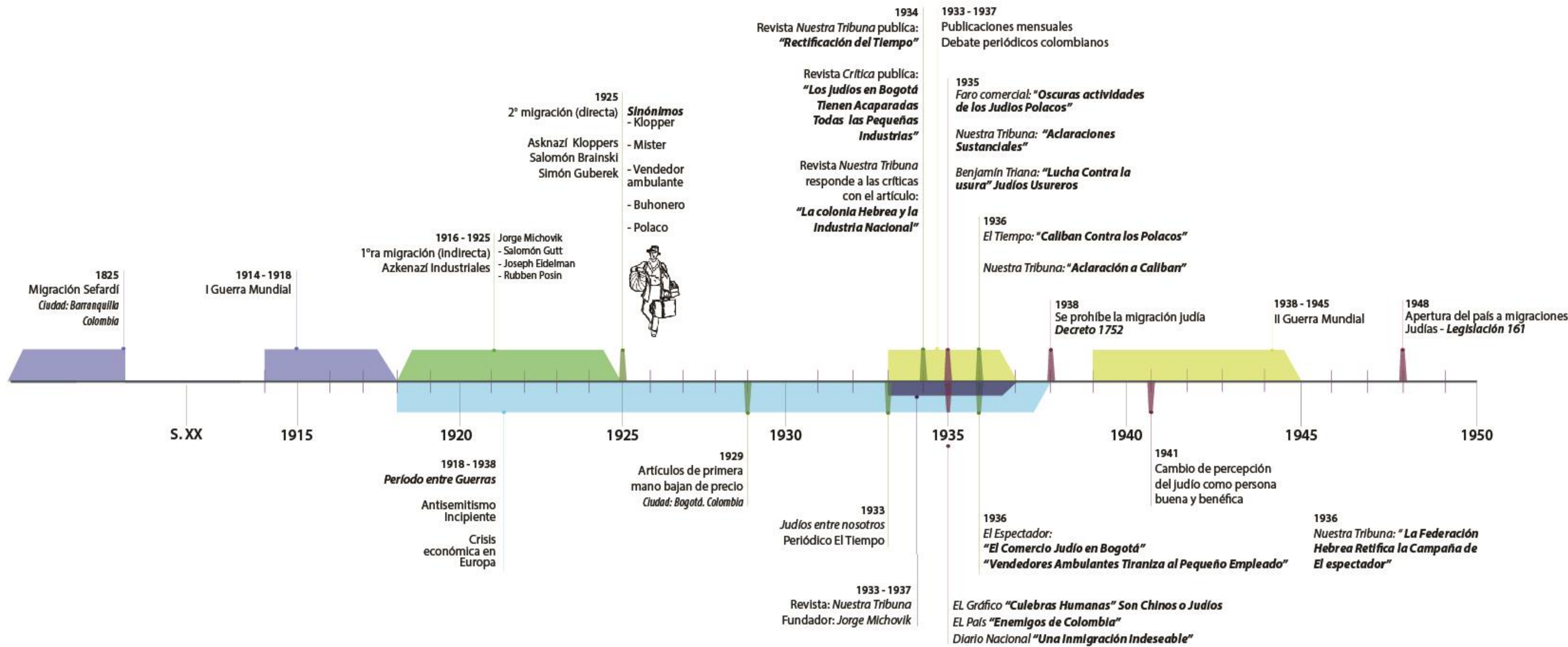
comportaron de una manera muy distinta y han sido problemas de otros trabajos de investigación.

En la línea del tiempo se pueden ver los actores del conflicto de la prensa y que el meollo se inicia después de 4 años de que los judíos hubieran llegado a Colombia y que fue catalizado por un fenómeno puntual: los precios bajan en 1929. Los precios de los productos de primera necesidad bajan y los judíos se adjudican en la prensa ese cambio.

Entonces, los problemas no se dan esperar y en un corto, pero intenso periodo, se ve un conflicto que no tuvo mayor trascendencia en el espacio público y del cual uno no se lograría enterar, si no es gracias a la escritura de la prensa y las hemerotecas. Entonces, desde 1933 hasta 1937 hay una serie de publicaciones en diferentes órganos que buscan promover políticas proteccionistas y que finalizan con el decreto 1752, en el que las personas que han sido despatriadas y han perdido su nacionalidad no pueden entrar a Colombia. Haciendo uso de un dicho popular “blanco es y gallina lo pone”. Realmente era muy claro para quién iba dirigido ese decreto, pero después de ese decreto hubo un periodo de silencio, en varias publicaciones, sobre los Kloppers. Y el dolor empieza a ablandar a los colombianos y las condolencias se ven reflejadas en algunos periódicos que cambian de visión ante el Klopper, que pasa de usurero a judío bonachón, lo que finaliza con una reapertura de la frontera en 1948.

La investigación comprende solo el periodo entre guerras, pero no quiere decir que los Kloppers hayan dejado de existir o que dejaran de aparecer después de ese periodo, menos con el cierre de frontera, sino que ya, después del 1938, inician otras dinámicas. La mayoría de los judíos ubicados en Bogotá están tratando de trasladarse a la industria y los judíos que siguen llegando a Colombia, porque muchos judíos conseguían ciudadanía de otros países, como El Salvador, siguieron siendo Kloppers, y continuaron apareciendo hasta mediados del siglo XX, pero esta vez ya no solo se radicaban en Bogotá sino que tuvieron en vista otras ciudades, como Cali, Palmira, Santander y Medellín, entre otras, y seguían tratando de abrir nuevas redes de mercado, lo mismo que los anteriores judíos y aplicando

las mismas estrategias de Bogotá, pero ya en los contextos de las diferentes ciudades pequeñas que los acogieron.



7. BIBLIOGRAFÍA

Fuente Primaria

- BIBLOWICZ, Azriel. El rumor del astracán. Bogotá, Planeta Editorial. 1991.
- BRAINSKI, Salomón. Gentes en la Noria: cuentos bogotanos, versión castellana Luis Vidales, segunda edición, Bogotá. Canal Ramírez Antares, imprenta-huecograbado litografía. 1973.
- El Espectador 1933-1938, Biblioteca Nacional
- El Tiempo 1933-1938, Biblioteca Nacional
- GUBEREK, Simón. Yo vi crecer un país. Bogotá, Colombia.1974
- LLERAS, Alberto. Mi gente. Colombia: El Ancora Editores; 1991.
- LYDIA. BAUL DE RECUERDOS: El cuenténik o marchante. Disponible en: <http://mispaginasdevida.blogspot.com.co/2005/12/baul-de-recuerdos-el-cuentenik-o.html>
- Revista Nuestra Tribuna 1933-1938, Biblioteca Nacional
- Revista Salomón.2003-2015. Revista Salomón

Literatura académica

- ÁNGEL VILLEGAS, Carlos Eduardo. Un modelo ambiental para Bogotá por escenarios demográficos en el corto, mediano y largo plazo. Secretaría Distrital de Ambiente. 2010.
- ARROYO, Jairo Henry. VÁSQUEZ, Edgar. Reseña histórica. Cadenas productivas y aspectos sociales del Valle del Cauca.
- ATTALI, Jacques. Los judíos, el mundo y el dinero: historia económica del pueblo judío. Argentina. Fondo de Cultura Económica de Argentina. 2005.
- BEJARANO ÁVILA, Jesús Antonio capítulo V: el despegue cafetero. Historia económica de Colombia. México: Siglo XXI, 1987
- CAMPUZANO HOYOS, Jairo Andrés. Fuentes documentales para la historia empresarial. Colombia: Universidad EAFIT, 2006.

- CUÉLLAR SÁNCHEZ, Marcela. Mejía Pavoni, Germán. Atlas histórico de Bogotá: cartografía 1791-2007. Colombia: Editorial Planeta, 2007.
- DÁVILA LADRÓN DE GUEVARA, Carlos (compilador). Empresas y empresarios en la historia de Colombia. Siglos XIX - XX: una colección de estudios recientes. v1. Colombia: Ediciones Uniandes, 2003.
- DÁVILA LADRÓN DE GUEVARA, Carlos (compilador). Empresas y empresarios en la historia de Colombia. Siglos XIX - XX: una colección de estudios recientes. v2. Colombia: Ediciones Uniandes, 2003.
- DÁVILA LADRÓN DE GUEVARA, Carlos. Historia empresarial de Colombia: estudios, problemas y perspectivas. Colombia: Universidad de los Andes, 1991.
- DEL CASTILLO DAZA, Juan Carlos. Bogotá, el tránsito de la ciudad moderna 1920-1950. Colombia: Editora Guadalupe. 2003.
- ESCOBAR WILSON-WHITE, Alberto. Atlas Histórico de Bogotá, 1911 - 1948. Colombia: Planeta Colombiana, 2006.
- GARCÍA MÁRQUEZ, Gabriel. Cien años de soledad. Colombia: Editorial Oveja Negra, 1978.
- HENDERSON, James D. Capítulo V: El dinero llega a Colombia. La modernización en Colombia. Los años de Laureano Gómez, 1889-1965. U. de Antioquia. 2006.
- IRIARTE, Alfredo. Breve historia de Bogotá. Colombia: Editorial Oveja Negra, 1988.
- LEAL VILLAMIZAR, Lina María. Colombia frente al antisemitismo y la inmigración de judíos polacos y alemanes 1933-1948. Universidad Nacional de Colombia. 2011.
- LIPMAN, Aarón. El empresario bogotano. Colombia: Ediciones Tercer Mundo, 1996.
- LONDOÑO MOTTA, Jaime. Lisandro Caicedo, un empresario territorial caucano, en DÁVILA, Carlos (edit.). Empresas y empresarios en la historia de Colombia. Siglos XIX – XX. Colombia: Ediciones Uniandes, 2003.

- MAYOR MORA, Alberto. Cabezas duras y dedos inteligentes. Colombia: Instituto Colombiano de Cultura, Colcultura, 1997.
- MONTENEGRO, Santiago. Breve reseña de la industria textil en Colombia. Revista de Extensión Cultural. No. 13 – 14.
- MONTENEGRO, Santiago. El arduo tránsito hacia la modernidad: historia de la industria textil colombiana durante la primera mitad del siglo XX. Colombia: Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, 2002.
- MONTENEGRO, Santiago. Crisis mundial, protección e industrialización: ensayos de historia económica colombiana. Colombia: Fondo Editorial Cerec, 1984.
- PÉREZ LEDESMA, Manuel. La construcción de las identidades sociales. Publicaciones de la Universidad de Valencia. 2008.
- SAFFORD, Frank. Empresarios nacionales y extranjeros en Colombia durante el siglo XIX. Anuario colombiano de historia social y de la cultura. No. 6 – 7, 1971.
- SENKMAN, Leonardo. La identidad Judía en la literatura Argentina. Buenos Aires: Editorial Pardes. 1983.
- SHAKESPEARE, William, Mercader de Venecia. España: Alianza Editorial, 2010
- SURDÍS NÁJERA, Adelaida. Velasco Rojas, Alfonso. Los judíos en Colombia. Casa Sefarad. 2011.
- WEBER, Max. La ética protestante y el espíritu del capitalismo. España: Alianza Editorial, 2001.

En línea

- ORAGE, A.R. Del Amor y Otros Ensayos, Disponible en: <http://www.rafapal.com/wp-content/uploads/2011/02/Orage-A-R-Del-Amor-Y-Otros-Ensayos.pdf>
- CARDEÑO Mejía, Freddy Arturo. Historia del desarrollo urbano del centro de Bogotá (localidad de Los Mártires) Alcaldía Mayor de Bogotá, Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, Observatorio de Culturas. Disponible en: http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/observatorio/documentos/investigaciones/estadosArte/HistoriaBta_Martires.pdf

- CARDONA, Lorena. Letras en la diáspora: Literatura Judía en Colombia, siglo XX. Universidad de Chile. Cuadernos Judaicos. ISSN: 0718-8749 N° 32. Diciembre del 2015. Disponible en:
www.cuadernosjudaicos.uchile.cl/index.php/CJ/article/download/38077/39728
- HERNÁNDEZ GARCÍA, José Ángel. Emigración judía en Colombia en los años 1930 y 1940. Un caso particular: los polacos. Disponible en:
www.redalyc.org/articulo.oa?id=70101011
- La Argentina frente a la posibilidad de salvar a judíos durante la Segunda Guerra Mundial. Disponible en: <https://america.revues.org/683>
- LEAL VILLAMIZAR, Lina María, la “cuestión judía” en la prensa colombiana. 1933-1939. El debate en relación con las comunidades judías que antecedió las restricciones a su inmigración. Revista Internacional de Historia de la Comunicación, N° 4, Vol. 1, año 2015. Disponible en:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5139643>
- MELO, Orlando. Colombia es un tema. Prensa y poder político en Colombia. Disponible en: <http://www.jorgeorlandomelo.com/prensaypoder.htm>
- MORA PACHECO, Katherine Giselle. Monotonía, aislamiento y atraso agrícola. Descripciones de viajeros del siglo XIX e historia agraria de la Sabana de Bogotá. En: Revista de Historia Regional y Local. Disponible:
<https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/400400>
- Políticas públicas frente a los vendedores ambulantes en Bogotá. Disponible en:
http://portel.bogota.gov.co/archivo/libreria/pdf/HI_FONDO_DE_VENTAS_POPULARES.pdf
- SAFFORD, Frank. Aspectos del siglo XIX en Colombia. Disponible en:
<http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/achsc/article/view/36331/37906>

- SENKMAN, L. La identidad judía en la literatura Argentina. Buenos Aires: Editorial Pades. 1983. Disponible en: http://www.raoulwallenberg.net/wp-content/files_mf/1311084353laidentidadjudia.pdf
- RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ, O.M. El crédito comercial: marco conceptual y revisión de la Literatura. Disponible en: <http://www.aedem-virtual.com/articulos/iedee/v14/143035.pdf>