

Resumen

Entre 2003 y 2008 el régimen de determinación salarial en la Argentina vuelve a adoptar las características que tuvo desde mediados de la década de 1950 y hasta los años 1990, en los que experimentó drásticos cambios. Se puede esperar que la restauración del régimen regulatorio anterior a los noventa tenga impactos sobre la evolución de la desigualdad salarial. Para estudiar estos posibles efectos, el análisis se centra en el comportamiento de los diferenciales interindustriales de salario. En primer lugar, para contextualizar el estudio, se discuten el movimiento del salario industrial promedio y su relación con la evolución del salario mínimo y, después, el comportamiento de la desigualdad salarial en el sector industrial. Seguidamente, se analiza la evolución de los diferenciales de salario entre actividades industriales y sus factores explicativos. Se concluye que las transformaciones tanto institucionales (concretamente, la reactivación de la administración estatal de los salarios y la reanudación de la negociación salarial centralizada al nivel de la actividad) como económicas (aceleración de la tasa de inflación) coinciden con el retroceso de la dispersión salarial a niveles más similares a los vigentes antes de la "convertibilidad" y que el comportamiento de los diferenciales puede explicarse principalmente por la intervención estatal sesgada a favor de los salarios más bajos.

Descriptores

(salarios)
(desigualdad)
(diferenciales de salario)
(industria manufacturera)
(salario mínimo)
(negociación colectiva)

Abstract

In 2003-2008 the wage determination regime in Argentina reverted to the pattern that was prevalent between mid 1950s and the 1990s, the decade of economic liberalization and price stability, when wage regulation experienced drastic changes. Reinstatement of the earlier regime may be expected to have impact on the evolution of wage inequality. This is analyzed in this article, focusing in the behavior of inter industrial wage differentials. First, to place the study in the wider context, trends in the average manufacturing wage and their relationship with those in the minimum wage, and next the behavior of wage inequality within manufacturing are discussed. This is followed by the analysis of the evolution of wage differentials across manufacturing industries and their explanatory factors. It is concluded that institutional changes (namely, re-establishment of government wage administration and of industry-wide collective wage bargaining) and economic transformations (the acceleration of the inflation rate) coincide with decreasing wage dispersion, to levels similar to those usual in the long period, before the 1990s, and that the behavior of wage differentials may be explained mainly by state intervention in favour of the lowest wages.

Key words

(wages)
(inequality)
(wage differentials)
(manufacturing)
(minimum wage)
(collective bargaining)

Eduardo Chávez Molina

La construcción social de la confianza en el mercado callejero

Introducción

¿Por qué perdura la feria a pesar de los magros ingresos que, en la mayoría de los casos, genera, de la presencia de débiles mecanismos regulatorios y de su heterogeneidad y segmentación internas? ¿Qué prácticas sociales son las que suplantán a los mecanismos regulatorios? Para responder a estos interrogantes, el énfasis de este trabajo se sitúa en la comparación de la perspectiva del grupo de los feriantes "buscas" (que en su mayoría han arribado a la feria con posterioridad a la crisis del año 2001) con la de los feriantes "tradicionales" y la de los "cola de feria". Esta clasificación en tres grupos —que ampliaremos más adelante— procura diferenciar los modos de ser y hacer dentro de la feria.

El interrogante principal en torno al cual se organiza el presente artículo se orienta a las formas de preservación, expansión y prolongación de las estrategias de sobrevivencia de ciertas actividades del sector de la economía informal específicamente en el caso de los feriantes de San Francisco Solano, frente a un contexto de ausencia o presencia híbrida de mecanismos regulatorios públicos. En particular, se trata de indagar si existen dispositivos formales e informales que reglan los intercambios y

Este artículo se inscribe en el marco institucional del proyecto de investigación Proyecto FONCYT-PICT N° 33737 "Reproducción social de la nueva marginalidad urbana. Articulación de prácticas de subsistencia y prácticas de acumulación en un sistema social dual y fragmentado", dirigido por el Dr. Agustín Salvia y desarrollado por el equipo Cambio Estructural y Desigualdad Social del Instituto de Investigaciones Gino Germani de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.

Eduardo Chávez Molina es Doctor en Ciencias Sociales (FLACSO), Docente de la Carrera de Sociología de la Universidad de Buenos Aires y de la Universidad Nacional de Mar del Plata, Investigador del Instituto Gino Germani. E-mail: echavez@retina.ar

organizan las prácticas y cuál es el tipo de relación social que garantiza y soporta las condiciones de reproducción de la feria.

Es posible pensar que la heterogeneidad social, económica, y organizativa que presenta este ámbito se corresponde, en alguna medida, con los cambios acontecidos en el mercado laboral argentino durante las últimas décadas: este sería el contexto en el que esta experiencia social y productiva se inscribe y se reconfigura como tal (Salvia, 2002; Altimir y Beccaria, 1999; Neffa, Battistini, Panigo y Pérez, 2000; Riquelme, 2000; Beccaria, 2001; Damill, Frenkel y Maurizio, 2002; Grassi, 2004; Mallimaci y Salvia, 2005; Salvia, 2007, entre otros). Tales procesos han generado efectos visibles en la estructura social y, particularmente, en el despliegue de “microestrategias de subsistencia” que evidenciarían inserciones sociolaborales cada vez más segmentadas (Salvia, 2005; Neffa, Battistini, Panigo y Pérez, 2000). El análisis de este grupo de feriantes se realiza a la luz de la crisis que generó la salida del modelo de convertibilidad (2001-2002), crisis que puso en evidencia el agravamiento de las fallas estructurales del mercado de trabajo, una de cuyas consecuencias fue el crecimiento paulatino y sostenido de un sector informal-marginal frente a los empleos protegidos y de calidad (Salvia, 2005; Beccaria, 2001). Esto permitiría dar cuenta de un cambio cualitativo en los diversos modos de subsistencia que amplios sectores de la población ponen en práctica, modos que, en términos socioespaciales, se desarrollan distantes de los circuitos protegidos del trabajo.

Sin embargo, las cuestiones referidas a las formas de sobrevivencia remiten a la capacidad de los actores en sus prácticas cotidianas de reproducción y a cómo ponen en juego, en el contexto de la feria, su acervo de disposiciones, tanto económicas, como sociales y culturales, para posicionarse en el seno del mercado callejero.

¿Por qué observar a los feriantes? Porque su actividad y la configuración socioespacial que crean con esa actividad señalan un hecho social de interés científico en cuanto son una expresión de aquellas ocupaciones que pueden analizarse como “marginales” o “informales” (ya sea por los límites de la regulación pública y/o por los ingresos bajos, por el nivel de capitalización, por la pérdida de certidumbre debida a la temporalidad de sus acciones, etc.), y que son observables directamente en el espacio público. Son actividades que se muestran en la superficie de las prácticas sociales, y sobre ellas se agudiza la mirada para observar los basamentos que dan consistencia a los intercambios socioeconómicos en el mundo de la feria, entendida a la vez como un complejo entramado social de base territorial. En realidad, son pocos los estudios que han enfocado su análisis sobre los fundamentos sociales que se construyen, dan consistencia y permiten la perdurabilidad de estas actividades en el denominado sector informal

¿Por qué es importante estudiar estas prácticas sociales? Porque las prácticas sociales de un agente o de una clase de agentes dependen de las posibilida-

des específicas que posean y de las posibilidades relacionadas con sus capitales y con sus trayectorias, pasadas y presentes. Entendiendo dichas prácticas, es posible describir las diferenciales de oportunidades y resultados que explican las posiciones heterogéneas dentro del campo social de la feria.

La hipótesis que guía este trabajo plantea que en las prácticas sociales en la feria, en un contexto de relaciones informales por la débil o híbrida presencia de instituciones regulatorias formales, existe un mecanismo que permite dar perdurabilidad, consistencia y envergadura a los intercambios y que se construye sobre la base de la confianza social.

Se define a la confianza como la expresión o la creencia de un individuo acerca de las intenciones positivas de una interacción. Es la buena voluntad y el cuidado para con la posible acción que se desarrollará, y que responde a la expectativa. Está conformada por la creencia en que el otro es competente o apto para procurar su atención, en una suerte de anticipación en la cual ambos sujetos son capaces de jugar un rol de responsabilidad. Pero, como veremos más adelante, es necesario observar una tipología de contextos en los cuales se desarrolla y se construye la confianza. Porque, en el marco de la feria callejera, confluyen múltiples racionalidades culturales, expresadas, principalmente, en las distintas trayectorias y miradas del “mundo”, en las que la economía de esas prácticas se posiciona de forma diversa, se ajusta, se encastra –como plantea Polanyi– en instituciones de diversa índole, con diferente grado de formalidad explícita o no, para lograr las mejores condiciones para la supervivencia.

La puesta en escena de las ferias

La feria de San Francisco Solano se encuentra en una zona geográfica donde funcionan una cantidad aproximada de 30 ferias francas. En la normativa municipal se denomina “feria franca” a la feria que funciona en la vía pública regulada por la Ordenanza Municipal N° 5354 del año 1985 y la N° 6707 del año 1992. Algunas de sus disposiciones reglamentan la cantidad de cuadras que pueden ocupar estas ferias, los rubros de venta permitidos, los turnos de rotación, el horario de funcionamiento, los requisitos que deben cumplir los vendedores que quieran colocar allí sus puestos, las normas de higiene y salubridad.

El Departamento de Ferias de la Municipalidad de Quilmes tiene un registro de alrededor de 600 feriantes habilitados.¹ Ellos son los que pueden denominarse “feriantes tradicionales”,² que –como lo estipula la respectiva reglamentación– cuentan con un

¹ Esta cifra surge del control de recaudación correspondiente al mes de agosto de 2006.

² Un informante argumentaba que el feriante tradicional es aquel que trabaja en las ferias desde sus orígenes, que tiene a esta como una actividad principal y que “cuenta con una linda casa y un trailer”, como ellos lo llaman, que consiste en una camioneta con un acoplado que se convierte en puesto.

“chango” para dedicarse a la actividad y pagan un canon mensual de acuerdo con los días que arman sus puestos para trabajar.³ Estos feriantes no habitan necesariamente en el distrito. Por su parte, los pequeños comerciantes que ofrecen sus productos en las ferias superan esta cifra y muchos no cuentan con la estructura del puesto demandada por la regulación existente en el municipio. Las ferias conviven con el centro comercial del barrio, pequeños supermercados y tiendas de ropas.

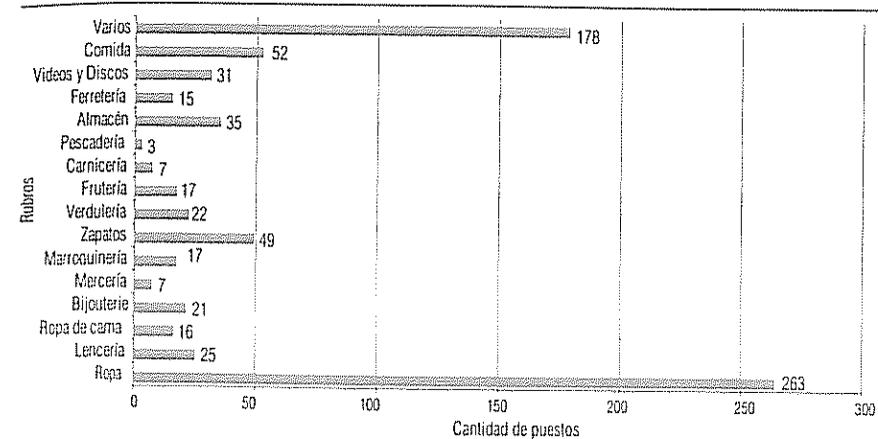
Cuadro 1. Cantidad de puestos según lugar en la feria

Tipo de feriantes	Cantidad
Feriantes tradicionales y “cola de feria”	758
Feriantes “cola de feria” de Playón	399
Feriantes “buscas”, ubicados alrededor del arroyo Las Piedras	477
Total	1.634

Fuente: Dato relevado en forma directa el 18 de agosto de 2007 entre las 9 y las 13 horas

tran los puestos de ropa, principalmente usada; y también están los puestos de ferretería, en su mayoría de herramientas usadas; además, hay pequeños puestos de venta de comida preparada, tanto para los feriantes como para los clientes de la feria.

Gráfico 1 Composición de los rubros de la feria tradicional



Fuente: Elaboración propia. Datos relevados el 19 de agosto de 2006, entre las 9 y las 13 horas

En el caso particular de la feria de San Francisco Solano, se contabilizó un total de 1.634 puestos, cuya distribución según el lugar que ocupan se puede observar en el Cuadro 1.

La feria tradicional, donde se encuentran presentes los feriantes tradicionales y un grupo de los denominados “cola de feria”, está representada principalmente por vendedores de ropa (34,7% de los puestos), artículos varios (23,5%), venta de comida a través de pequeños restaurantes en la feria (6,9%) y zapaterías (6,5%) –cuyas principales ofertas son zapatillas y calzado para mujeres (Gráfico 1).

3 En la lectura de los registros presentado por Gabriela Wyezykier (2000) en su tesis “Ocupación y lazos sociales: un estudio de la informalidad laboral”, se aprecia que, del total de feriantes de las distintas ferias francas del Partido de Quilmes, el 26% trabaja seis días a la semana, el 24% concurre cinco días a la semana, el 15% lo hace cuatro días y el 12% trabaja todos los días de la semana. El resto atiende su puesto con una menor frecuencia semanal. Con respecto a los rubros de comercialización, se observa que: la mayoría –el 41%– vende alimentos frescos (frutas, verduras, carnes, pescado); el 26% vende productos de marroquinería, mercería, tienda, calzado, ropa; el 16% comercializa productos de bazar, juguetería, regalos, librería; y un 14% vende productos de almacén, plantas, semillas, especias

En la feria “busca”, feria periférica que está en calles aledañas a la principal, se encuentra una gran cantidad de puestos, casi 500, donde lo particular, además del escaso capital y de la ausencia de carromatos, es la variedad de rubros: el 46% del total de puestos es de venta de productos usados y reciclados que, por lo intermitente de su aprovisionamiento, no generan condiciones de continuidad de la oferta; muy por detrás se encuen-

Los feriantes desarrollan principalmente actividades de compraventa de productos. En menor medida existen feriantes dedicados a la producción y, solo de manera marginal, feriantes que se orientan a la prestación de servicios.

El primer grupo, distribuido en las primeras cuadras de la feria, es el de los feriantes “tradicionales”. Cuentan con habilitaciones municipales, por las que pagan un impuesto al Municipio, que les brinda seguridad en el desarrollo de su actividad y les exige cumplir con una serie de requisitos, para lo que deben contar con determinado nivel de capitalización. Exhiben su mercadería en grandes carromatos y tienen relaciones sólidas con sus proveedores. Por lo general, allí se ofrecen productos nuevos –prendas de vestir, zapatillas–, alimentos –carnicerías, pescaderías, verdulerías, puestos de empanadas y productos regionales–, discos compactos y videos grabados, ferreterías, jugueterías, artículos de almacén y de bazar, etcétera.

El segundo grupo es el de los feriantes asociados al “sindicato de colas de feria”, al cual le pagan una especie de impuesto para armar sus puestos. Estos feriantes no tienen habilitación municipal, pero el “sindicato” les ofrece un respaldo. Sus puestos están conformados por estructuras de metal y son más pequeños que los de los feriantes tradicionales; los niveles de capitalización son bastante más bajos.

El tercer grupo es el que conforman los emprendedores marginales, los "buscas". En este grupo el nivel de capitalización es mínimo, no cuentan con habilitación municipal ni respaldo de ningún sindicato o agremiación y los niveles de organización son muy débiles. Allí se venden mayormente objetos usados y otros provenientes del "cirujeo".

En general, los feriantes venden productos de la industria formal, aunque generalmente de empresas menos conocidas y de inferior calidad. Suelen abastecerse de empresas mayoristas con las que establecen una relación formal mediada por documentación respaldatoria de la compra. En cuanto a los consumidores, en general –y sobre todo en barrios no marginales– son asalariados del sector público o privado que compensan sus bajos ingresos comprando productos de inferior calidad y menor precio en las ferias.

Algunos antecedentes sobre la confianza

La problemática de la cooperación ha sido tratada en el marco del análisis de los dilemas sociales (en particular, el dilema del prisionero y la teoría de los juegos) y, en menor medida, cuando se ha analizado el tema de la confianza.

La idea es que, en una organización cualquiera, los agentes no cooperan simplemente basándose en hechos de confianza. Hay otros elementos que entran en juego cuando una persona se compromete en una relación de interdependencia con otra, sobre todo cuando esta última experimenta un débil acuerdo con su interlocutor

Confianza y cooperación, como se postula en este trabajo, son aquí los términos que serán utilizados continuamente para representar la síntesis de una sensación de emoción y de conocimiento que cada individuo se apropia, aprehende y genera a su modo. "El problema de la cooperación es, ante todo, un problema de confianza" (Derbel y Mamlouk, 2003).

Según Karipik, la experiencia le ofrece la oportunidad al sujeto de vivir el fenómeno en cuestión y de integrar a través de hechos antagónicos: "... la confianza designa una relación de cambio regida por una norma de reciprocidad" (Karipik, en Derbel y Mamlouk, 2003)

Stikin y Roth sugieren que toda investigación sobre el concepto de confianza debe realizarse en el marco de cuatro ejes:

- La confianza como atributo personal: entendida como un caso específico ligado a una o varias personas que actúan basadas particularmente en las actitudes personales independientemente del conjunto de otras aptitudes.

- La confianza como comportamiento: se comprende como el fenómeno extendido por medio de un grupo de personas o un colectivo. El tipo de comportamiento reproducido es similar en todos los miembros de un mismo grupo.

- La confianza como figura situacional: el fenómeno de confianza es imperativamente un punto de pasaje independiente de las personas que están presentes en este género de situación

- La confianza como arreglo institucional: se trata de una lógica contractual entre los actores, una negociación de comportamiento sobre un acuerdo o un compromiso en presencia de los que están en el juego (Stikin y Roth, en Derbel y Mamlouk, 2003)

a) La confianza como un atributo personal o un tratado de la personalidad

Esta primera tipología está referida a una concepción de la confianza dominada por un aspecto psicológico: "La confianza es definida en términos de expectativas confidenciales positivas para con la conducta de otra persona, mientras que la desconfianza refleja la expectativa confidencial negativa" (Lewiki, 1998).

Bajo esta idea, la confianza aparece como un atributo personal en el sentido de que ella se interroga sobre la existencia de una calidad apropiada para el individuo y que no puede ser portada colectivamente.

La confianza también es vista como una emoción. Ciertos autores hablan de la confianza como una premonición de seguridad sin reserva: seguridad confidencial sobre la integridad, la honestidad o la justicia de otro, como la garantía sobre la credibilidad de una persona u otro objeto con renunciamiento a toda forma de prudencia y de investigación (Derbel y Mamlouk, 2003).

Asimismo, y desde esta óptica de atributo personal, otras definiciones acentúan dos aspectos más conocidos del concepto: ponen el acento sobre las creencias o sobre las intenciones. Por ejemplo, McKnight concibe a la confianza simplemente como "la creencia de alguien y su voluntad de depender de otra persona" (McKnight, 1998 en Derbel y Mamlouk, 2003).

Derbel y Mamlouk retoman estos dos ejes centrales sobre la concepción de la confianza: la confianza, expresada como una creencia que el otro tiene de las intenciones positivas de nuestra acción, es la buena voluntad y el cuidado para con nuestra consideración en la acción.

Sin embargo, explicar la confianza en términos de expectativa, reduce el campo de análisis a una percepción individual y eclipsa el valor comportamental de intercambio social de su representación.

b) La confianza como expresión de un comportamiento honesto

La confianza también es definida sobre la base de que se pueda demostrar que una persona es coherente y previsible en sus acciones en el curso de su vida social. La confianza es por lo tanto un testimonio comportamental, es una apreciación proveniente del exterior y una certificación pública (Derbel y Mamlouk, 2003). Con esta expresión se alude a dos formas de confianza ligada al comportamiento:

- La confianza experimentada en términos de líneas de conducta, de acciones y de decisiones. En este cuadro, la confianza es instituida sobre la base de un aforismo cognitivo basado sobre los antecedentes de una persona y su capacidad futura a considerar las normas de conductas sociales “La confianza es la expectativa de que una persona o una entidad manifieste un comportamiento justificado sobre un plan ético. Este comportamiento implica toda decisión y acción resultante de la adhesión a un conjunto de principios (reglas de conducta)” (Hosmer, 1995 en Derbel y Mamlouk, 2003)

- La confianza experimentada en términos de palabra dada. La confianza se asocia a la palabra y a la credibilidad del compromiso. Ella se revela como coherencia entre el decir y el hacer. La confianza debe ser sentida como un juego personal y confidencial sobre las intenciones y móviles de otra persona y sobre la sinceridad de sus palabras

32

c) La confianza como expresión de una situación de precariedad

La característica fundamental de esta descripción es que la confianza interpela a los factores que hacen presión sobre la situación más que a los actores que están implicados. La confianza como persistencia de la situación es el conjunto de las expectativas compartidas por el conjunto de los participantes en un intercambio y se mantienen hasta que son violadas (Derbel y Mamlouk, 2003).

Es así que se la puede considerar como expresión de las situaciones de riesgo, de daños y de oportunismo: “... para que la confianza sea realmente pertinente, debe tener la posibilidad de terminar por una decepción o una traición” (Gambetta, en Derbel y Mamlouk, 2003).

Desde esta perspectiva, la confianza implica situaciones donde al menos una de las partes experimenta una ganancia significativa y es consciente del potencial de traición o de daño que puede causar a la otra parte.

La confianza es una aceptación del riesgo asociado al tipo y a la profundidad de la interdependencia en una relación dada. Por ejemplo, el feriante que ofrece conservas sin autorización sanitaria –cuya forma de producción se desconoce– las vende a un cliente que tiene interés en aceptar una oferta del producto para satisfacer su apetito y su gusto. Pero, ¿puede aceptar cualquier producto, cualquier conserva? Él tiene confianza y ella es una alternativa ante la posibili-

dad de satisfacer su deseo de comerla. También puede estimarse que la confianza juega un rol esencialmente de orden preventivo: permite a las personas protegerse contra el riesgo potencial de una desviación comportamental de otro.

Niklas Luhman (2005) sostiene que la confianza es “un conjunto de expectativas, socialmente difusas y socialmente adoptadas, que cada persona desarrolla hacia otras personas, hacia las organizaciones e instituciones y hacia las reglas de conductas sociales y morales que orientan sus principales comprensiones de la vida”.

d) La confianza como arreglo institucional

La confianza traduce una forma de negociación, implícita o explícita. Ella juega un rol regulador. Permite a los participantes producir por su cuenta espacios de libertad de acción y velar por el respeto por el otro.

La confianza, en términos de arreglo institucional, experimenta un proceso de socialización fundada sobre el juego de la interdependencia: la acción de uno pone en consideración las posibilidades de reacción del otro (Derbel y Mamlouk, 2003).

Se puede distinguir dos formas de confianza institucional:

- En términos de predicción racional, en la que los agentes ponen el acento sobre la obtención y análisis de información a fin de proyectar los eventuales consecuencias futuras de ciertos eventos.

- En términos de especulación, donde la confianza puede traducirse en un sentido del cálculo, una suerte de optimización relacional en la medida en que un individuo no elige sus colaboradores de modo arbitrario; al contrario, esta elección está fundada sobre el cálculo que reduce la incertidumbre y el daño.

El análisis de la confianza como base de la cooperación nos da un marco de comprensión, por lo menos conceptual, de la garantía de los intercambios, la perdurabilidad de los mismos y la dimensión que asumen en un contexto particular: la feria. Pero es necesario aclarar ciertas ideas.

En primer lugar, los actores no son totalmente independientes. Las interacciones improvisadas dan nacimiento a una estructura de interdependencia social compleja que escapa a los organizadores. En efecto, los actores descubren la existencia de un campo libre de acción y, en función de su percepción de la envergadura de esta libertad, buscan registrar una parte de sus acciones en comportamientos de intereses específicos. Pero, rápidamente, estos actores se dan cuenta de que, sin la complicidad de otros actores, las ganancias son magras. Esta complicidad no puede ser arbitraria: cuenta sobre la capacidad de cada actor para “hacer” confianza con el otro (Derbel y Mamlouk, 2003).

33

Es precisamente por esto que la lógica de juego y de cooperación devienen determinantes. Los actores son libres de actuar en concordancia con la lógica del sistema formal y, en las apariencias, esta libertad no se opone a las reglas organizacionales de la feria; pero, paralelamente, estos mismos actores, sobre la base de un sistema de cooperación más o menos elaborado, juegan con estas reglas y las utilizan en función de sus intereses, principios o caprichos.

La cuestión lleva entonces a reinterrogarse sobre la capacidad de los actores de jugar con las reglas formales, de explotar lo impreciso para colocar en su lugar una estrategia individual (sin cooperación) o colectiva (con cooperación).

La segunda idea destaca que los sistemas organizacionales, como la feria, compuestos por una parte estructurada y por otra vaga, marginal, informal, permiten afrontar los conflictos de intereses y encontrar equilibrios a través de la cooperación o la colaboración de los actores.

Cabe destacar que el espacio de la feria implica un lugar de intersección entre la producción, la comercialización y el consumo, donde la participación conlleva horizontes y expectativas de desarrollo profundamente heterogéneos. Nos muestra un lugar posible de desenvolvimiento de la economía no institucionalizada o reglada, donde, por un lado, conviven prácticas solidarias –sistemas de crédito, mutuales, permisos, apoyos comunes ante enfermedades y muertes, etc.– y un espacio común de organización, donde se pautan los precios, los productos, la calidad, la competencia entre ellos; pero, por otro lado, se presenta como un lugar de apropiación segmentado, en pugna, de conflictos vinculados a la ocupación y mantención del espacio dentro de la feria y al respeto de lógicas de comportamiento relativamente institucionalizadas.

34

Las ferias y la construcción de la confianza

Las ferias no solo representan espacios físicos de intermediación comercial de productos y servicios entre productores, intermediarios y consumidores, sino que también se constituyen en un ámbito social donde se condensan condiciones socioestructurales, institucionales y/o subjetivas de segregación con o sin vinculación con los espacios formales, modernos y dinámicos.

El momento de llegada de los feriantes y las relaciones que se establecen para asegurarse un lugar para la venta y el intercambio permiten apreciar los múltiples intercambios sociales que se ponen en juego en el espacio público, y es uno de los motivos centrales de conflictos y de cooperación social. Gestionar, armar o insertarse en una red de relaciones que otorguen beneficios en el corto y mediano plazo implican conexiones útiles, contactos personales que aseguren o faciliten el acceso a este tipo de ocupaciones y a un mejor posicionamiento físico dentro de la feria.

Es importante rescatar al agente social que produce las prácticas y a su proceso de producción no en cuanto individuo sino como agente socializado, es decir, aprehenderlo a través de aquellos elementos objetivos que son producto de lo social.

El espacio social es entonces un espacio pluridimensional de posiciones, donde toda posición actual puede ser definida en función de un sistema pluridimensional de coordenadas, cada una de ellas ligada a la distribución de una especie de capital diferente. En ese espacio, los agentes y grupos de agentes se definen por sus posiciones relativas, según el volumen y la estructura del capital que poseen.

Por ello se entiende a las prácticas sociales en términos de estrategias –conscientes o no– implementadas por los agentes sociales en defensa de sus intereses ligados a la posición que ocupan (en relación con el capital acumulado) en el campo que es objeto de análisis, en nuestro caso particular la feria callejera de San Francisco Solano.⁴

Esta primera investidura teórica se afirma en la idea de que el feriante refleja con un mayor nivel de complejidad la forma en que estructura su práctica reproductiva, ya sea ocupando una posición en la estructura de la feria, y/o de acuerdo con la dimensión de su capital económico, y/o con la forma en que acrecienta o valida su red social y toma decisiones sobre la base de mantener y acrecentar esas posiciones, capitales y redes, aunque las mismas se orientan en función de su trayectoria social, formada por su hábitus.

35

Es evidente que el concepto de confianza –incluyendo su potencial debate en América Latina y en las tradiciones sociológicas sobre temáticas como informalidad o marginalidad– es una noción sin relevancia, acotada generalmente al ámbito individual; pero para esta propuesta teórica –como para la de Putnam (2002) y Luhman (2005) y la de los mexicanos Millán y Gordon (2004)– tiene enormes implicaciones en cuanto a la forma en que se generan socialmente las relaciones y se producen los intercambios.

Toda transacción comercial tiene en sí misma un elemento de confianza: “Si no se tuviera confianza en que el dinero puede ser intercambiado por productos, no habría posibilidad de mercado; si no se tuviera confianza en un amigo, no lo seguirá siendo mañana, no existiría la amistad” (Millán y Gordon, 2004).

En efecto, la confianza permitiría que se den relaciones e intercambios con un costo de transacción menor: “Si el cálculo para ocuparnos de todos los asuntos que implican relacionarnos con otros estuviera puesto exclusivamente en las necesidades de factores de coerción, el número de interacciones sociales y de cada persona decaería drásticamente y,

⁴ Los campos se presentan como sistemas de posiciones y de relaciones entre posiciones: pensar en campos es pensar relacionamente. Se trata de espacios estructurados de posiciones, a las cuales están ligadas cierto número de propiedades que se pueden analizar independientemente de las características de quienes los ocupan. Un campo se define, entre otras cosas, determinando lo que está en juego y los intereses específicos del mismo, que son irreducibles a los compromisos y a los intereses propios de otros campos (Gutiérrez, 1994).

con ello, la productividad general y la eficiencia de las instituciones" (Putnam, 2002).

Desde una perspectiva de cómo la confianza opera en términos sistémicos y, por lo tanto, más allá de voluntades o motivaciones de los actores, Luhmann (2005) plantea, en el más amplio sentido, que es la fe en las expectativas de otro, lo que genera un hecho básico de la vida social

En ese sentido, la confianza aparece como un estabilizador de vínculos, porque "permite cálculos sobre el comportamiento de los otros" (Millán y Gordon, 2004). Es "una predicción de la conducta de un actor independiente. No confías en que una persona (o agencia) va a hacer algo simplemente porque dice que lo hará. No confías en ella solo porque (estando al tanto de la situación) esperas que esa persona decidirá hacerlo" (Putnam, 2002). La confianza conlleva una conexión de expectativas y la capacidad de decidir como sujeto independiente, por lo cual, para ser tal, según Putnam, siempre requiere reciprocidad: "La reciprocidad es la norma más importante en términos de capital social y se la considera de dos tipos: la reciprocidad equilibrada o específica y la generalizada o difusa" (Putnam, 2002). En ese sentido, la primera se da cuando ocurre un intercambio de objetos o bienes cuyo valor se considera equivalente (un favor por un favor, un regalo por otro) y, además cuando ese intercambio, aunque pueda repetirse, se acota como un evento específico en el tiempo, en tanto que la segunda establece una relación permanente y continua de intercambio y, aunque en un momento dado puede no ser equivalente, mantiene la expectativa de que los beneficios serán mutuos y, a largo plazo, equiparables (Millán y Gordon, 2004).

Un aspecto importante en el entramado social de la feria es que los beneficios obtenidos, a través de las ventas o de las relaciones sociales que se gestan allí, pueden estar precedidos por la idea de la obtención de recompensas, como —desde otra perspectiva— plantea Bourdieu en el proceso de acumulación de capital. Sin caer en un determinismo de la acción instrumental, la idea de obtención de recompensa está presente en el proceso de intercambio en la feria.

La obtención de recompensas en el intercambio no puede ser pensada solamente desde una lógica del beneficio económico, sino en términos de beneficio común, que puede o no transformarse en resultados positivos a futuro en su carácter individual. Asimismo, el ocupar un lugar disímil en la estructura de la feria condiciona el posicionamiento en la red de la cual se es parte y otorga sentido a intercambios equiparables entre los actores, aunque no signifiquen lo mismo para cada actor.

Si la presencia pública implica un carácter híbrido en cuanto a los esquemas regulatorios que pueden observarse en otros mercados, el valor que asume la pertenencia y la consolidación de una red se torna prioritario y casi excluyente en el momento de analizar resultados y beneficios dentro de la feria.

Este tipo de análisis sobre las prácticas sociales permite observar la mediación de las redes sociales en el posicionamiento en la estructura de la feria y cómo suplen las débiles regulaciones en los intercambios o cómo compensan y legitiman las interacciones de carácter informal.

Un aporte interesante sobre el análisis de redes es el estudio de Granovetter (1973), quien plantea dos maneras básicas de analizar estas redes que giran en torno al individuo: a) a través de su grado de conexión (la forma en que los miembros de la red están conectados); b) según sus vínculos sean simples o múltiples.

Vale la pena detenerse en este punto para analizar estas diferencias. Las redes basadas en vínculos múltiples son aquellas en las que las personas o la unidad familiar se relacionan con otros a través de compartir varias dimensiones de actividad (trabajo, religión, origen común, recreación). En contraste, en una red sustentada en vínculos simples, el individuo o la familia se relacionan con otros en una determinada dimensión de actividad —por ejemplo, un individuo conoce en el trabajo a cierta gente que es diferente de la que conoce en el vecindario o en la iglesia.

En ese sentido, las comunidades que tienen como base a las personas y las familias con redes en vínculos simples serán menos integradas, pero también más pasibles de abrirse hacia fuera "ya que las redes aisladas contendrán relaciones variadas y dispersas". Este tipo de relación es lo que Granovetter (1973) llamó "la solidez de los vínculos débiles". En su investigación sobre búsqueda de empleo, Granovetter señaló como una de las ventajas más importantes de las redes basadas en vínculos simples el hecho de que "se extienden más allá de la comunidad inmediata de compañeros de trabajo o de vecinos, donde la información sobre empleos se duplica rápidamente en personas y lugares que suministran nueva información y sirven para encontrar empleo" (Granovetter, 1973). Al contrario, los vínculos sólidos restringen la búsqueda de empleo y, al hacerlo por medio de intermediarios y de la contratación por recomendación verbal, permiten a los pobres y los no calificados conseguir trabajo, por asentarse masivamente en empleos en pequeñas empresas que buscan mano de obra barata pero fiable.

Una red debe ser entendida "generalmente como un tipo específico de relación, que vincula a un conjunto de personas, objetos o eventos" (Szarka, 1998). Dichas relaciones pueden estar basadas en personas o instituciones, y el punto de referencia puede variar entre la unidad económica y el agente como tal. Se clasifican de acuerdo con la proximidad, el carácter institucional y el tipo de intercambio.

Como toda tipología, la intención está puesta en visualizar aspectos analíticos en un proceso dinámico e imbricado con los distintos tipos de relaciones que constituyen la red. Las redes de intercambio, propias de una unidad económica, están influenciadas fuertemente por las redes de proximidad, a la vez que

las redes institucional-burocráticas fijan normas, límites y potencialidades de acción económica.

En resumen, las redes se ponen en movimiento teniendo en cuenta ciertos aspectos estructurales, que son punto de partida y punto de llegada en la forma en que se generan, destruyen o consolidan determinados tipos de relaciones, de acuerdo con los miembros insertos en las redes. Estos aspectos estructurales abarcan tanto los recursos económicos y la envergadura del capital puesto en la unidad económica, como los recursos no tangibles que permiten el desarrollo de un tipo de actividad y no otro, y que están constituidos por los acervos, las capacidades, las habilidades y las credenciales educativas formales, aspectos que integran el capital social.

Desde diversas perspectivas, varios autores (Granovetter, 1973; Portes, 2004; Putnam, 2002; Coleman, 1990; Derbel y Mamlouk, 2003, Luhman, 2005) han planteado el rol de la confianza como un componente importante en el proceso de garantizar interacciones a través del tiempo y como un elemento preponderante en la constitución de capital social y en el fortalecimiento de las redes sociales

Sin embargo, como señalamos, en la literatura latinoamericana de las ciencias sociales pocas veces se le ha dado a este concepto el estatus teórico de relevancia que tiene para explicar o entender determinado tipo de prácticas sociales. Y por ello, en el presente artículo, insistimos en rescatar y buscar los componentes centrales que asoman en el proceso de intercambios y prácticas sociales de reproducción de la feria partiendo del supuesto de que la confianza constituye un elemento central cuando otras formas que actuarían como garante de las interacciones aparecen débiles, ausentes o no primordiales en un contexto de garantía de las interacciones sociales.

Identidad, crédito y confianza colectiva

La fuente propia de financiamiento de los feriantes es el "pasanako" o cadena crediticia, que consiste en la agrupación de varios feriantes que colocan en un "pozo" común semanal una determinada cantidad de dinero (correspondiente a una determinado número de semanas de acuerdo con los integrantes del círculo de ahorro) y sortean el orden en que cada uno de los integrantes por turno se lleva el monto acumulado. La garantía de cumplimiento está dada por las relaciones cara a cara de los feriantes, el compadrazgo y la amistad o el compañerismo de largos años de conocerse en la feria. El no cumplimiento implica el desprecio y el aislamiento social de los otros feriantes, aspectos que pesan coercitivamente sobre quien escapa a estas reglas no escritas.

Esta práctica tiene su origen en la comunidad boliviana, cuyos procedimientos se basan en la cultura aymara, de recolección y distribución igualitaria de los bienes de la comunidad, regida por la lógica colectiva de la distribución y la lógica individual de la producción, con un soporte identitario social basado en prácticas solidarias que permiten reglar el momento de la distribución.

Este resorte político-financiero se monetariza en el contexto de la feria, del mercado callejero, pero tiene el mismo peso social y ético: desprecio comunitario a quien no cumple sus obligaciones en el "pasanako", honor y respetabilidad a quien salda con recursos los compromisos asumidos en dicha red. Por otro lado, el lugar de feriante constituye un elemento identitario central, más allá incluso que el étnico, ya que es el que le da el fundamento social a la constitución del "pasanako".

Esta cadena crediticia puede resolver potencialmente los problemas económicos, pero, además, la inclusión en la red del "pasanako" genera identidad y pertenencia a un colectivo social. Esta red también configura prácticas de confianza que permiten una amplia gama de intercambios no solo monetarios: relaciones sociales de amistad, de solidaridad y de cooperación ante diferentes escenarios conflictivos, ya sean de origen familiar, institucional o colectivo.

Entre los feriantes existe un gran sentido de pertenencia a la actividad: consideran que les brinda un sustento económico suficiente como para poder crecer y proyectarse a futuro. Privilegian el sentido de cierta "libertad" que les confiere una labor en la cual son sus propios patrones.

Uno de los puntos más destacados por los feriantes en defensa y reconocimiento de la actividad el compañerismo y la amistad entre pares, producto del hecho de compartir el tiempo y las preocupaciones con gente que está en situaciones parecidas a las suyas.

También hay cierta visión de que es una actividad que exige menos sacrificios que otras existentes, aspecto muy valorizado en contextos de alta desocupación. Por otra parte, el grado de solidaridad entre pares es muy alto, dado que el riesgo que acarrea el depender de una venta diaria rentable requiere una fuerte red de articulación que minimice las situaciones que atentan contra tal rentabilidad.

La confianza social como un factor de perdurabilidad de la feria

La feria muestra además signos y códigos propios del montaje de un espectáculo: hay una puesta en escena colectiva, una escenificación diaria, donde cada feriante, en cada puesto específico, cumple un rol determinado de modo que, al correr el "telón de apertura", se da inicio a las transacciones y al intercambio social.

La construcción colectiva de la feria permite ver el nivel de organización interna, que coloca a cada actor y su medio (el/la feriante y su puesto) en un papel específico, desde el inicio de la jornada hasta su culminación, un papel construido sobre la base de la experiencia y de las relaciones continuamente renovadas entre los feriantes y con sus clientes.

Pero esta escenificación, puesta en la calle, debe ser adornada continuamente, ya sea a través de la disposición de la mercadería en el carromato o en mesa de madera, o a través del “voceo” de los productos, o de la disposición de cada uno de los puestos, que dan forma a la trama territorial de la feria.

Y la feria no es tan solo puestos, alimentos, vestidos y herramientas: es también olor a carbón y aceite y sonido de cumbia que acompañan las continuas escenas, la presencia de microespectáculos: músicos, magos, pintores, truhanes de las apuestas y exhibidores de íconos milagrosos que conjugan una visión y una expresión propia del lugar: la pintura basada en la copia de la figuras de Walt Disney, las cruces talladas y los muñecos de cerámica que representan al “Gauchito Gil”, entre otros.

Dentro de esa ceremonia colectiva, cada actor —que es, a la vez, espectador— va jugando un papel distinto y cada vez diferente: productor, vendedor, feriante. Al respecto, dice Michèle De la Pradelle: “El efecto de seducción que ejerce así el mercado callejero se explica sin duda porque la sociedad mercantil, sin tener de él verdadera necesidad, se complace en tenerla” (De la Pradelle, 1996).

Y aunque dé una impresión de libertad y caos, un mercado es una institución comunal y, por lo tanto, producto de una política municipal, de ciertas acciones perfectamente explícitas y deliberadas y de otras tácitas y continuas. La organización de la feria debe respetar la no existencia de rubros similares o contradictorios dispuestos en forma contigua: por ejemplo, al lado de la ropa no hay una pescadería. Y esta situación no obedece a reglas preestablecidas, sino a la costumbre y a normas de conducta que constituyen al grupo más cercano de feriantes.

Pero lo inquietante de la feria es que cuanto más se asemejara a un modelo de “verdadero mercado”, tanto más dependería de los eslabonamientos sociales para su funcionamiento efectivo: “En ningún ámbito resulta más clara la dinámica, denominada el problema de la inserción, que en las transacciones en las que el único recurso contra las transgresiones es la confianza mutua resultante de la pertenencia a una estructura social que las abarque” (Granovetter, 1985).

En el desarrollo de este intercambio, de características paradójicamente informales, la confianza se genera tanto por los rasgos y sentimientos comunes de las personas como por las expectativas de “que las acciones fraudulentas serán castigadas mediante la exclusión de quien las ha cometido de las redes sociales y de las transacciones futuras” (Portes, 2004). Es por ello que en la feria el soporte de las transacciones económicas y de los intercambios sociales es la

confianza social: quien limita las transgresiones, facilita las interrelaciones y las prácticas a ella asociadas así como la posibilidad de que la estructura sociorganizativa de la feria no se derrumbe.

En el caso de la Feria de San Francisco Solano, la confianza social se revela como el sustento de las transacciones que garantiza la perdurabilidad de las prácticas en su interior. No aparece como un valor colectivo débil; muy por el contrario, se sostiene sobre el fortalecimiento de la trama social de la feria y del barrio donde se inserta. La modalidad de la regulación pública, la organización comunitaria, la costumbre y la tradición de la feria en sí, los actores individuales y el territorio constituyen los elementos que dan la base institucional a la concreción de la confianza.

En la feria, la confianza se define sobre la base de que se puede demostrar que una persona es coherente y previsible en sus acciones en el curso de su vida social comunitaria. Es, por lo tanto, un testimonio comportamental, una apreciación proveniente del exterior y una certificación pública. Bajo esta expresión se entienden dos formas de confianza ligada al comportamiento: la confianza experimentada en términos de líneas de conducta, de acciones y de decisiones y, como se dijo anteriormente, la confianza como la expectativa de una persona o una entidad que manifiesta un comportamiento justificado sobre un plan ético. Este comportamiento implica toda decisión y acción resultante de la adhesión a un conjunto de principios (reglas de conducta), además asociada a la palabra y a la credibilidad del compromiso. Ella se revela como coherencia entre el decir y el hacer: “La confianza es un juego personal y confidencial sobre las intenciones y móviles de otra persona y sobre la sinceridad de sus palabras” (Mellinger, en Derbel y Mamlouk 2003).

La confianza juega un rol de soporte de las expectativas compartidas por el conjunto de los participantes en un intercambio, que se mantiene hasta que tales expectativas son violadas o rotas y, por ello, se vulnera la confianza.

Los diferentes aspectos que circundan la vida de un feriante están envueltos de constricciones y opciones, posibilidades y riesgos, decisiones y amenazas, que lo constituyen en el espacio social de la feria. Cada feriante participa, de acuerdo con su propia especificidad, en un espacio estructurado de posiciones, cuya dinámica está dada por la confrontación y la cooperación, por la búsqueda de un mejor lugar en la feria y por densificar, en forma explícita o implícita, las interrelaciones que se dan en el interior de la misma.

El enfoque se centra en recuperar al *agente social* que se produce en estas prácticas, sin dejar de tener en cuenta que el mismo se encuentra inserto en una *trama de relaciones* que, por más coercitivas que puedan ser, nunca eliminan totalmente el margen de autonomía individual.

En estos espacios sociales, los sujetos transitan y ponen en práctica estrategias alternativas de inserción económica, dando lugar a la construcción de

trayectorias sociolaborales “dinámicas”, que constituyen reales o potenciales atajos contra la “exclusión”.

El mundo del trabajo no protegido, informal, característico del autoempleo, también sufre fuertes mutaciones, producto de su articulación y vinculación con el sector formal, por lo cual tiende a expandirse, creándose en los bordes del propio sector un subsector informal que refleja “modos de sobrevivencia” que tienen como objetivo primordial lograr la subsistencia “como sea”, en condiciones de pauperización en la cual se expresan estas actividades informales, menos legisladas, más degradadas.

Como muy bien lo han planteado Salama y Mathías (1986), “la inexistencia de seguros (la pérdida absoluta de dinamismo del sector formal para crear empleo) y el desarrollo de la crisis conducen a transformaciones del sector informal... donde ciertos segmentos... sufren todo el peso de la crisis”. Estos diferentes segmentos de *trabajadores informales* tienden a reposicionarse en un contexto de crisis social y económica, poniendo en juego diferentes saberes, capitales y relaciones sociales para su reproducción y sobrevivencia. Estos segmentos ocupacionales son sumamente heterogéneos entre sí, tanto por sus historias laborales como por su capacidad para disponer y utilizar los diferentes recursos con los que cuentan.

42

La relación entre el barrio de San Francisco Solano y la feria es muy visible. La presencia de la feria es ineludible y pueden verse en sus contornos comercios y actividades que dependen de ella, que surgieron como producto de su impronta. Es notorio que en las cuadras que ocupa la feria franca los talleres mecánicos se hayan convertido en restaurantes y que se vean nuevos comercios, transformados para albergar a los visitantes que el fin de semana saturan los pasillos de la feria. En el sector de los “buscas” la identificación entre el barrio y la feria es aún más fuerte. Aunque existen diferencias físicas entre los puestos de los feriantes tradicionales y los pertenecientes a los “colas de feria”, la feria franca –si bien se derrama en sus márgenes en locales y puestos muy pequeños por las calles laterales– ocupa un espacio delimitado: los puestos se ubican a ambos lados de la calle, dejando libre un pasillo por el que circulan los clientes. La ubicación enfrentada de los puestos le confiere una morfología particular –los feriantes lo disponen así y proponen esa circulación para dejar solo un corredor y dificultar que los probables clientes la abandonen– Esta delimitación espacial cambia notoriamente donde comienza la feria más precaria.

Asimismo, el barrio se hace más precario a medida que se aleja del centro comercial. Anexado a la otra parte de la feria, el sector de los “buscas” se extiende por 15 cuadras. Allí, a diferencia del resto, no existe una estructura organizativa del mercado callejero: por la ubicación de los puestos –desplegados donde exista un espacio en la vía pública–, la feria se confunde con la geografía del barrio, que parece absorberla. Recorriendo este sector se presenta de inmediato

otra diferencia: las mercaderías y productos que se ofrecen son diferentes a los que se pueden adquirir en la feria franca. Aquí predominan los productos usados, de cualquier naturaleza. La estructura de los puestos también difiere: la mercadería se ofrece sobre tablonés, en estructuras muy precarias de metal o directamente sobre el piso. Los feriantes amontonan sus productos, abarrotados en la porción de espacio que pudieron conseguir, porque, a diferencia de la feria franca, en este sector no existe una reglamentación pública sobre el espacio que puede ocupar cada uno; rige otra reglamentación, no escrita, en la que los más viejos son los que tienen la última palabra.

Otra diferenciación que puede establecerse con respecto al resto de la feria es la heterogeneidad de productos que se ofrece en cada puesto: si bien hay varios casos en lo que predomina un tipo de mercadería (ropa, retazos, libros), lo común es que en un mismo puesto se encuentren desde remeras hasta discos compactos, libros y canillas, porque ofrecen lo que consiguen, lo que se pueda vender.

La feria de puestos tradicionales y coleros abarca aproximadamente 15 cuadras. A ello se le suman 10 cuadras con los puestos más precarios, sobre veredas de tierra y cercanos a un arroyo (San Francisco). En la primera parte hay aproximadamente unos 750 puestos y en la zona marginal se encuentran casi 850 puestos.

43

La “cumbia-villera” es la melodía que circunda a la feria, como el olor a empanadas fritas y el humo del carbón que calienta las parrillas donde se asan choripanes, carnes y tortillas de grasa. El trajín de la gente es incesante y, a medida que se acerca el mediodía, tiende a haber más gente, además de cafeteros, heladeros y otro tipo de vendedores que se mueven por la mitad de la calle.

Los primeros puestos que se nos van apareciendo son los ya mencionados “tradicionales”, con carromatos que exhiben mercadería de mayor diversidad y cantidad en comparación con los puestos de “los coleros” y de los “buscas”.

Ahora bien, cabe aquí reformular la pregunta acerca de la procedencia de quienes vienen a comprar en la feria: ¿quiénes son, en qué trabajan y por qué compran?

Se parte de la siguiente premisa: el consumo es el uso que hacen el hombre y la mujer de los bienes o servicios que están a su disposición con el fin de satisfacer sus necesidades. Estos bienes o servicios tienen utilidad para el hombre precisamente por su capacidad de satisfacer sus necesidades.

De acuerdo con planteos de la economía clásica, el comportamiento del consumidor dependería de tres variables: 1) el precio de los bienes que desea consumir: cuanto más bajos sean los precios, más consumirá, y viceversa; 2) el nivel de los ingresos del consumidor: si aumentan sus ingresos consumirá más, y si disminuyen, consumirá menos; y 3) los gustos personales del consumidor: consu-

mirá más lo que más le guste. Esta última variable sería algo subjetivo, porque la satisfacción que se obtiene al consumir un bien depende de cada uno. Esta definición parte de un supuesto instrumental: la racionalidad del sujeto y su capacidad de “rational choice”, el “homo oeconomicus” en el evento mismo del consumo.

Sin embargo, esto no es tan así, por lo menos en el marco de la feria, en donde valores y prácticas económicas están indisolublemente unidos y se expresan en las relaciones sociales que se establecen en las actividades productivas, de intercambio y de consumo. En tal sentido Bourdieu dice “una invención escolástica del mundo... se plasma en el mito del ‘homo oeconomicus’ y en el ‘rational action theory’, forma paradigmática de la ilusión escolástica que induce al estudioso a introducir su pensamiento pensante en la cabeza de los agentes actuantes y a situar en el fundamento de las prácticas de estos, es decir, en sus ‘conciencias’, sus propias representaciones, espontáneas o elaboradas, o, peor aún, los modelos que ha tenido que elaborar para dar razón de estas prácticas” (Bourdieu, 2005).

Las pequeñas prácticas comerciales

44

Según el esquema que Anthony Giddens elabora para explicar la interrelación entre estructura y acción (1986), los sujetos reproducen los sistemas sociales a través de su acción en los ámbitos de su vida cotidiana. A su vez, poseen un registro reflexivo acerca de sus actividades, tanto como de los otros actores y de los aspectos sociales y físicos del contexto, lo que genera una comprensión de los fundamentos de su actividad. A través del entendimiento, interiorizan las reglas de la vida social y se constituyen en sujetos expertos respecto del saber que poseen y que aplican en la reproducción de su cotidianeidad. En ese registro pueden pensarse los distintos mecanismos y prácticas que los feriantes “buscas” llevan a cabo en lo que se refiere a la venta de bienes en el sector marginal de la feria.

Hay un saber respecto de cómo comercializar lo que se obtuvo por diversos medios relacionados con el “rebusque”, que se cristaliza en acciones destinadas a manejarse en este espacio y a garantizar la supervivencia. El planteo de Bourdieu, si bien quita protagonismo a la estructura en pos de la práctica para pensar la vida social, no niega este saber que Giddens atribuye a los sujetos: es en el sentido práctico donde el hábitus reactiva las estructuras objetivas a través de los esquemas que posibilitan el reconocimiento de las mismas. Ambas perspectivas abordan la centralidad del saber de los sujetos, centralidad que se rescata en la descripción de la actividad del feriante “busca”.

En el día a día, los feriantes ponen en juego diferentes tácticas de acción basadas en estimaciones que responden a lógicas propias de su actividad y a su experiencia en ella. Por ejemplo, los sábados llevan más mercaderías que los

miércoles, días en los que hay menos *movimiento*; saben que los días fuertes son a mediados de mes, cuando la mayoría de sus clientes cobran planes asistenciales. Los feriantes también conocen qué mercadería es la que *más sale*: ropa de marca, usada pero de buena calidad, artículos viejos, etc. En lo que se refiere a los precios, los más viejos asesoran a los que tienen menos experiencia en la actividad, pero cada feriante tiene la posibilidad de vender al precio que le sea ventajoso, de acuerdo con su necesidad (esto no sucede en la feria tradicional, donde la competencia está más regulada): el regateo es una constante en este sector de la feria. Si bien la mayoría arma su puesto en distintas ferias, llevan a la de San Francisco Solano aquellas mercaderías con las que pueden obtener mayores beneficios. Cuando consigue antigüedades valiosas, el feriante que se provee del cirujeo trata de ubicarlas en locales especializados –principalmente en la Ciudad de Buenos Aires–, en los que recibirá más dinero que en la feria.

Los feriantes usan sus conocimientos y activan estrategias no solamente en el momento de la venta, sino también cuando necesitan comprar mercaderías para su puesto. Los precios se acuerdan por el regateo, donde el que tiene mayor capacidad de convencimiento, junto con la necesidad (del bien o del dinero), es en general quien sale beneficiado.

Esto conduce a tener en cuenta la centralidad que esta feria tiene en el barrio. Esta característica, si bien evidencia el empobrecimiento generalizado de los habitantes del lugar donde se asienta la feria, no debe relacionarse directamente como un elemento que debilita la actividad, porque esta debilidad de sus compradores es resignificada y aprehendida por los feriantes *buscas*, quienes la incorporan en la práctica de la actividad, a partir de la identificación con sus propios clientes. De este modo, el contexto barrial se constituye en un saber que en buena medida esquematiza la forma en que se lleva a cabo la compra-venta en este sector de la feria.

La diversas actividades que se generan en el contexto de la feria reflejan la heterogeneidad dentro del mismo espacio social, expresada en los tres grupos presentados, y señalan las particularidades que asumen en este sector las constricciones y las posibilidades de sus “modos de sobrevivencia”.

A pesar de las restricciones estructurales y de estar situados frente a un contexto adverso, los feriantes orquestan, organizan, producen su subsistencia; les es posible hacer “elecciones” dentro de un horizonte definido y limitado de posibilidades. Utilizan estrategias de adaptación, de adecuación, que implican transformaciones obligadas para lograr un nivel mínimo de bienestar que se traduce en la sobrevivencia.

Sin embargo, contrariamente a lo que puede pensarse, estas actividades que aparentan ser de fácil acceso, requieren de una indispensable movilización de recursos:

45

1) Un conjunto de conocimientos (no formales, en el sentido de que no fueron aprendidos en el sistema formal de educación) y de capacidades y experiencia laboral (conocimiento del ramo) en este tipo de actividades que han acumulado a través de los diversos roles laborales que desempeñaron a lo largo de su trayectoria; y la posesión de recursos económicos que permitan su realización, aunque no es necesario que sean demasiado elevados.

2) Escalafones de acceso, barreras al ingreso, redes. Porque no se trata de un acceso totalmente libre: "no es un mundo del no código" en comparación con el sector formal, sino más bien un sector donde también deben ponerse en juego las relaciones que permiten la realización de esta actividad. Y no son tan solo las relaciones de proximidad las que priman; pesan, además, las relaciones institucional-burocráticas, las regulaciones estatales y las intervenciones no institucionales de agentes del Estado (inspectores, policías) así como las propias relaciones de mercado, las que establecen con los clientes, con los proveedores y con sus competidores, que habilitan o no la continuidad de sus actividades.

Si bien podemos afirmar que los "feriantes" tienen/manejan un capital social (relaciones, redes) y un capital económico que les permiten sobrevivir, muchos de ellos no pueden salir de la pobreza. Para los grupos peor posicionados, los lazos sociales no brindan oportunidades que ayuden a salir de la marginalidad, aunque sí les dan la posibilidad de mantenerse en la feria. Sus hijos, parejas, amigos, familiares se encuentran en la misma situación de vulnerabilidad. Sin embargo, son esos lazos o relaciones que entablan los que les permiten ingresar en las actividades informales.

El mundo de la informalidad, expresado en el espacio de la feria, es el lugar en el que transcurre cada uno de los desplazamientos o recorridos cotidianos que este grupo de feriantes despliega, un espacio donde prima un sinnúmero de formas de conflicto, de cooperación, de destitución y de desamparo, donde la yuxtaposición de posiciones de desventaja en circuitos de marginación junto a la acumulación de diversos tipos de privación localiza a estos sujetos en un lugar particular: feriante "tradicional", "colero" o busca".

Cuando se los interroga respecto de cómo son sus clientes, qué los diferencia entre sí y si han cambiado en los últimos años, los feriantes señalan que la feria ha crecido tanto por la mayor asistencia de clientes como por el incremento de nuevos puestos a continuación de la feria formal, cambios que, según manifiestan, evidencian la situación de pobreza del país. Por su parte, los feriantes marginales comentan que su relación con los clientes está marcada generalmente por el regateo respecto de los precios —que varía según los momentos: si el regateo es al final del día y la venta no cubre el mínimo para la sobrevivencia, el cliente saldrá beneficiado—. El regateo, el abastecimiento de la mercadería y la relación con los revendedores constituyen pequeñas estrategias que los feriantes más precarios ponen en juego y que tienen que ver con su modo de sobrevivencia.

Otra de las preguntas que surge es cómo se relacionan los diferentes grupos de feriantes, qué conflictos subyacen entre los "buscas" y los feriantes "tradicionales".

Las condiciones de acceso y permanencia tienen características particulares en el sector más precario de la feria. Los feriantes pertenecientes a este sector tienen que "ganarse el lugar" a través de la constancia en la asistencia durante los días de feria. En cambio, los feriantes "tradicionales" manifiestan que, en su caso, "el lugar es sagrado".

Es claro que todos los aspectos señalados fueron observados sobre la base de la construcción teórica de la idea de la confianza, sin que ello implique una expresión explícita de los feriantes.

Ese tejido necesario de relaciones recíprocas entre los feriantes afines a su posición en la estructura del mercado callejero se observa en el primer nivel de vínculos que comienzan a estrecharse y densificarse. Porque la ocupación del espacio público necesariamente implica actores que establecen relaciones sociales de activas prácticas de cooperación, en el marco de potenciales conflictos con el poder local y el comercio establecido, principalmente de características formales.

Desde allí comienza la consolidación de prácticas comerciales de intercambio, donde es necesario "ganarse" clientes, donde ya lo que juega en las transacciones y lo que potencialmente permite la realización de la compra-venta no son solo los productos que se venden sino que cuentan los atributos personales (la retórica, la empatía, la disposición) y el entramado posible de vínculos sociales. El precio constituye, junto al bien, la superficie de la transacción.

Los pares y los clientes sostienen la confianza que da legitimidad a la transacción y permite la perdurabilidad y la temporalidad del acto de compra-venta. El análisis del otorgamiento de la confianza implica un "aprendizaje; su internalización y el control simbólico del objeto de la confianza han hecho que surja la pregunta de si un sistema se conduce más exitosamente en alguna forma especial o en otra. Sin embargo, tanto para nosotros como para el sistema que confía, el análisis de las estructuras del entorno que hacen más fácil o más difícil el establecimiento de la confianza, tienen prioridad... el problema no es quién gana la confianza, sino cómo la gana" (Luhmann, 2005).

Hay diversas tácticas que se ponen en juego: el regateo, el voceo de los productos y el diálogo en torno al puesto. Estas expresiones dan lugar a la construcción de la confianza entre los actores, lo cual a su vez permite que los clientes reconozcan la existencia de tal o cual feriante. No importa si el producto es un juego de sábanas o zapatillas usadas, o si detrás hay un comprador asalariado o un beneficiario de un plan asistencial, sino el hecho de que este factor de construcción de vínculos garantice la interacción en sí.

Conclusiones

La esfera de lo económico no puede entenderse al margen de los sistemas de valores, percepciones y cosmovisiones de los contextos sociales en que situemos el análisis. La mirada desde la maximización de la utilidad individual medida monetariamente es un principio lógico que actúa como un dogma de fe, aislado o desconociendo el intercambio y las prácticas sociales. Es en ese sentido que las páginas precedentes han sido un intento de exponer un proceso de articulación entre cosmovisiones y valores y prácticas sociales, ubicadas en un contexto de producción, distribución y consumo en un mercado callejero: la feria.

Se recupera aquí el concepto de relaciones sociales, las cuales están impregnadas de valores, de poder y de cosmovisiones y no pueden ser meramente analizadas como relaciones de individuo a individuo, como lo plantea la filosofía liberal. Y, como argumenta Marx en su trabajo de 1847 *La miseria de la filosofía*, “las relaciones sociales de producción producen la sociedad en todos sus órdenes, a partir de múltiples y recíprocas relaciones entre infraestructura y superestructura”. Por lo cual se trata de rescatar “la solidaridad entre la teoría y la praxis, entre los sistemas de ideas y las formas de apropiación material de la naturaleza y las relaciones sociales que se crean y reproducen estos procesos” (Marx, 2004).

Pero no basta establecer las relaciones entre valores, cosmovisiones, trayectorias, y prácticas económicas, sino que, como dice Polanyi (2003), hacen falta “estructuras de apoyo”, complejos institucionales que trascienden las acciones de los sujetos, formas de integración que se entienden como los marcos contextuales en los que se realizan los intercambios de bienes, servicios y personas, desde una perspectiva “sustantiva”.

Y es allí donde juega y asume un papel primordial lo que Granovetter denomina “inserción”, en la que uno de los pocos recursos contra las transgresiones o la incertidumbre de los intercambios es la confianza mutua que resulta de la pertenencia a una estructura social que los abarca –y que en este caso es la feria–. Como se pudo observar, en el intercambio de carácter informal, la confianza se genera tanto por las características y sentimientos comunes de las personas como por las expectativas de las mismas: si no son cumplidas serán castigadas mediante la exclusión, de quien haya violado los pactos, de las redes en las cuales estaba inserto.

Es ahí donde comenzamos a dar respuesta al problema principal de este artículo: cómo pueden preservarse, expandirse y prolongarse las estrategias de sobrevivencia de los feriantes de San Francisco Solano, sobre todo ante la ausencia o presencia híbrida de mecanismos regulatorios públicos. La confianza, bajo la idea de construcción continua de los procesos interactivos sociales en un con-

texto especial y espacial –la feria–, asume un rol central. Las actividades informales que llevan a cabo los feriantes, profundamente segmentados dentro del mercado callejero de Solano, parecerían regladas por estos acuerdos tácitos que alimentan procesos de cooperación y regulan los conflictos latentes de “lucha” por el territorio –el espacio de la feria y el cliente potencial.

Como se señaló, la confianza surge como base de la cooperación, lo cual da un marco de comprensión, por lo menos conceptual, de la garantía, la perdurabilidad y la dimensión de los intercambios en el contexto peculiar de la feria.

Cuando se *está* en la feria, el caos inicial de puestos, vendedores, compradores, paseantes, etc., comienza a disiparse al observar a cada actor y al visualizar que los actores no son totalmente independientes: las interacciones improvisadas dan nacimiento a una estructura de interdependencia social compleja que escapa a los organizadores y participantes de la feria. En efecto, los actores descubren la existencia de un campo libre de acción, en función de su percepción, construida y en construcción dentro de un proceso de socialización por el cual buscan darles sentido a una parte de sus acciones en comportamientos de interés colectivo. Se dan cuenta de que, sin la complicidad de otros actores, las ganancias son magras. Esta complicidad no puede ser arbitraria: se basa en la capacidad de cada actor de generar condiciones de confianza (Derbel y Mamlouk, 2003).

Bibliografía

- ALEXANDER, J. (1997), *Las teorías sociológicas desde la Segunda Guerra Mundial. Análisis multidimensional*, Barcelona, Ed. Gedisa.
- ALTIMIR, O. y L. BECCARIA (1999), "El Mercado de Trabajo bajo el Nuevo Régimen Económico en Argentina", en *Serie Reformas Económicas*, n° 28, Santiago de Chile, Naciones Unidas/CEALS.
- BECCARIA, L. (2001), *Empleo e integración social*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, Colección Popular.
- BOURDIEU, P. (2005), *Las estructuras sociales de la economía*, Buenos Aires, Editorial Manantial.
- BOURDIEU, P., J. C. CHAMBOREDON y J. C. PASSERON (2004), *El oficio del sociólogo presupuestos epistemológicos*, Buenos Aires, Siglo Veintiuno Editores.
- BURRIS, V. (1993), *La síntesis neomarxista de Marx y Weber sobre las clases*, Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires (mimeo).
- COLEMAN, J. (1990), *Foundations of social theory*, Cambridge, Massachusetts, The Belknap Press of Harvard University Press.
- DAMILL, M., R. FRENKEL y R. MAURIZIO (2002), *Argentina. Una década de convertibilidad*, Santiago de Chile, OIT.
- DERBEL, W. y Z. Ben Ammar MAMLOUCK (2003), "Le dilemme de la confiance et de la coopération: interdépendance des acteurs et suprématie du système organisationnel", en *La Revue des Sciences de Gestion*, n° 204, París, Direction et Gestion (La RSG) SARL de Presse, noviembre/diciembre, pp. 64-8.
- DE LA PRADELLE, Michèle (1996), *Les vendredis de carpenteras. Faire son marché en Provence ou ailleurs*, Paris, Fayard.
- FELDMAN, S. y M. MURMIS (2002), "Las ocupaciones informales y sus formas de sociabilidad: apicultores, albañiles y feriantes", en L. BECCARIA, S. FELDMAN et al., *Sociedad y Sociabilidad en la Argentina de los 90*, Buenos Aires, Universidad de Gral. Sarmiento-Biblos, pp. 171-220.
- GIDDENS, A. (1986), *La constitución de la sociedad: bases para la teoría de la estructuración*, Buenos Aires, Amorrortu.
- GRANOVETTER, M. (1973), "The strength of weak ties", en *American Journal of Sociology*, vol. 78, n° 6, Chicago (USA), The University of Chicago Press, pp. 1360-1380.
- (1985), "Economic action and social structure: The problem of the embeddedness", en *American Journal of Sociology*, 91, Chicago (USA), The University of Chicago Press, pp. 481-510.
- GRASSI, E. (2004), *Política y cultura en la sociedad neoliberal. La otra década infame (II)*, Buenos Aires, Editorial Espacio (Primera Edición).
- GUTIÉRREZ, A. (1994), *Pierre Bourdieu: las prácticas sociales*, Buenos Aires, Centro Editor de América Latina.
- KAZTMAN, Rubén, Luis BECCARIA, Fernando FILGUEIRA, Laura GOLBERT y Gabriel KESSLER (1999), *Vulnerabilidad, activos y exclusión social en Argentina y Uruguay*, Santiago de Chile, Fundación Ford-OIT.
- LEWIKI, R. (1998), *Trust and distrust: new relationships and realities (special topic forum on trust in and between organizations)*, Kentucky (USA), Academy of Management Review, Editorial Board Meeting.
- LOMNITZ, L. (1975), *Cómo sobreviven los marginados*, México D.F., Siglo XXI.
- LUHMANN, N. (2005), *Confianza*, Barcelona, Editorial Antropos.
- MALLIMACI, F. (2005), "Nuevos y viejos rostros de la marginalidad en Buenos Aires", en F. MALLIMACI y A. SALVIA (comps.), *Los nuevos rostros de la marginalidad*, Buenos Aires, Editorial Biblos, pp. 15-27.
- MARX, C. (2004), *La miseria de la filosofía*, Madrid, Editorial Edad.
- MILLÁN, R. y S. GORDON (2004), "Capital social: una lectura de tres perspectivas", en *Revista Mexicana de Sociología*, año 66, n° 4, México D.F., Instituto de Investigaciones Sociales, octubre-diciembre, pp. 711-747.
- NEFFA, J., O. BATTISTINI, D. PANIGO, y P. PÉREZ (2000), "Exclusión social en el mercado del trabajo. El Caso de Argentina", en *Serie Exclusión Social-Mercosur*, n° 109, Santiago de Chile, Equipo Técnico Multidisciplinario OIT-Fundación Ford.
- POLANYI, K. (2003), *La gran transformación*, México D.F., Fondo de Cultura Económica.
- PORTES, A. (2004), "La economía Informal", en *Serie de Políticas Sociales*, n°100, Santiago de Chile, CEPAL.
- PREGOGINE, I. (1983), *Tan sólo una ilusión*, Barcelona, Edit. Tusquets.
- PRZEWORSKI, A. (1982), *La teoría sociológica y el estudio de la población: reflexiones sobre los trabajos de la Comisión de Población y Desarrollo de CLACSO, FLACSO*, México D.F., El Colegio de México.
- PUTNAM, R. (2002), *Solo en la bolera*, Barcelona, Galaxia Gutenberg, Círculo de Lectores.

RIQUELME, G. C. (2000). *La educación formal y no formal de los trabajadores. diferenciales para el área metropolitana, regiones y por ingresos*. Buenos Aires. Programa MECOVI-Argentina, INDEC, BID-BM-CEPAL.

SALAMA P. y G. MATHÍAS (1986). *El Estado sobredesarrollado*. México D.F. Ediciones Era.

SALVIA, A. (1997). *Hacia una estética plural en la investigación social*. Buenos Aires, Oficina de Publicaciones del CBC, Universidad de Buenos Aires.

----- (2002), "Fragmentación social y heterogeneidad laboral". en *Laboratorio*, n° 9, Buenos Aires, IIGG/FSOC/UBA, pp. 11-16.

----- (2005), "Crisis del empleo y nueva marginalidad: el papel de la economía de la pobreza en tiempos de cambio social", en F. MALLIMACI y A. SALVIA (comps.), *Los nuevos rostros de la marginalidad*, Buenos Aires, Editorial Biblos, pp. 29-45.

----- (2007), "Consideraciones sobre la transición a la modernidad, la exclusión social y la marginalidad económica", en A. SALVIA y E. CHÁVEZ MOLINA (comp.), *Sombras de una marginalidad fragmentada*. Buenos Aires, Editorial Miño y Dávila.

SZARKA, J. (1998), "Las redes y la pequeña empresa". en Hugo KANTIS (ed.). *Desarrollo y Gestión en PYMES*, Buenos Aires, Universidad Nacional de General Sarmiento, pp. 309-328.

WEBER, M. (1993). *Economía y sociedad: Esbozo de una sociología comprensiva*, México D.F., Fondo de Cultura Económica.

WYCZYKIER, Gabriela (2000). "Ocupación y lazos sociales: un estudio de la informalidad laboral", tesis, Buenos Aires, FLACSO, Programa Argentina 1998.

Resumen

Este artículo pretende comprender las prácticas sociales que se dan en el interior de la feria como expresión del sector informal de la economía y de los diferentes segmentos sociales insertos en ella. La hipótesis que guía este trabajo plantea que en tales prácticas, que implican procesos de intercambio social y económico en un contexto de relaciones informales –en el sentido de una baja o híbrida presencia de instituciones regulatorias formales o informales entre las partes–, existe un mecanismo que se construye sobre la base de la confianza social que permite dar perdurabilidad, consistencia y envergadura a los intercambios.

Aunque se utilizan herramientas que generan información agregada, se ha puesto el énfasis en utilizar técnicas cualitativas que permitieron objetivar estos fenómenos que se dan en forma compleja y no directa a través de las expresiones de los actores que conforman el espacio social y económico de la feria.

Abstract

This article tries to understand the social practices inside the fair as an expression of the informal sector of the economy and of the distinctive social segments that participate in the fair. The hypothesis that guides this work raises that within the social practices of the fair, which implies processes of social and economic exchange in a context of informal relations, with a low or hybrid presence of regulative formal or informal institutions, there exists a social mechanism constructed on the basis of social confidence that allows durability, consistency, and importance within these economic and social exchanges.

Although one uses sociological tools that may influence or generate auxiliary information, this research emphasizes the use of qualitative skills that allow the complex phenomena and indirect forms of expression amongst the actors of the social and economic space of the fair to materialize.

Descriptores

(prácticas sociales)
(mercado informal)
(confianza social)
(marginalidad)

Key words

(social practices)
(informal market)
(social confidence)
(marginality)