

CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL DE LA CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES

INFORME DE INVESTIGACIÓN:

FERIAS EXTRALEGALES EN ESPACIOS PÚBLICOS DE LA CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES. UN SISTEMA COMPLEJO DE LEALTADES, OPORTUNISMO Y EXPLOTACIÓN AMPARADO POR UN ESTADO EN LAS SOMBRAS¹

RESPONSABLES DEL ESTUDIO

**AGUSTÍN SALVIA
CARLOS DE ANGELIS**

**Coordinación
MARÍA ROSA CICCIARI**

Asistentes de investigación
CASTILLO MARIN, JUAN FRANCISCO
COLMAN ALET, ANTONELLA
LUXARDO, DIEGO JAVIER
LYALL, RUBEN
MOLINELLI, ROXANA JESICA
RULLANSKY, IGNACIO
SOSNIK, DANIEL
ZITO, MARIANA LUCIA

Buenos Aires, 15 de abril de 2015

¹ El Consejo Económico y Social de la Ciudad de Buenos Aires (CEyS) es un organismo constitucional con iniciativa parlamentaria e integrado de modo colegiado por las entidades más significativas de la sociedad civil. Es una institución pública no estatal, con autonomía orgánica y funcional para el cumplimiento de sus fines respecto de los poderes gubernamentales de la Ciudad. Si bien el CEyS ha solicitado la realización del siguiente estudio, las opiniones expresadas en este documento de trabajo no reflejan necesariamente la posición oficial del Consejo Económico y Social o de sus integrantes. El mismo no podrá ser publicado en medios gráficos y/o virtuales sin previa aprobación de la presidencia del Consejo en virtud de que las mismas podrían ser interpretadas como posiciones institucionales del Consejo en su conjunto.

Tabla de contenido

Tabla de contenido.....	2
1. PRESENTACIÓN.....	4
2. RASGOS GENERALES CARACTERÍSTICOS DE LOS SISTEMAS DE VENTAS ILEGAL/EXTRALEGAL EN LA CIUDAD DE BUENOS AIRES	5
3. FERIAS EXTRALEGALES A CIELO ABIERTO EN LA CIUDAD DE BUENOS AIRES. ESTUDIOS DE CASO: ONCE-AVELLANEDA-FLORES-LINIERS	7
3.1. FERIAS DE MANTEROS, SU COMPOSICIÓN Y PERFIL MIGRATORIO	7
3.2. FERIAS ILEGALES: SISTEMAS DE VENTA EXTRALEGAL EN ESPACIOS PÚBLICOS	9
3.3. JEFES/PATRONES DUEÑOS DE PUESTOS Y MANTEROS INDEPENDIENTES	10
3.4. MANTEROS CUASI-ASALARIADOS BAJO RELACIÓN DE DEPENDENCIA.....	11
3.5. PERFILES SOCIO-DEMOGRÁFICOS, DESTREZAS Y HABILIDADES LABORALES.....	12
3.6. RACIONALIDADES SOCIALES Y SOCIO-COMUNITARIAS DE LOS FERIANTES.....	13
3.7. REGULACIONES, CONTROLES Y DELEGADOS AL INTERIOR DE LA FERIA	15
3.8. POLÍTICAS Y AGENCIAS DEL ESTADO “EN LAS SOMBRAS”	16
4. CONCLUSIONES: CONDICIONES DE EXISTENCIA (ECONOMÍA POLÍTICA) DE LOS SISTEMAS DE VENTAS ILEGAL/EXTRALEGAL EN LA CIUDAD DE BUENOS AIRES.....	17
ANEXO 1	20
ANÁLISIS COMPARATIVO DE LOS ESTUDIOS DE CASOS OBJETO DE ESTUDIO	20
EJE 1: ESTRUCTURA DE LA FERIA.....	20
EJE 2 – LA MERCADERIA	22
EJE 3 – LOS PUESTOS DE VENTA.....	24
EJE 4: LOS VENDEDORES	26
EJE 5 – ESTRUCTURA INTERNA. REGULACIONES Y EXTRALEGALIDADES	30
ANEXO 2:	35
PRESENTACION DE LA INFORMACION PRIMARIA CORRESPONDIENTE A LA COMPOSICION, ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DE LA FERIA DE ONCE	35
ANEXO 3:	59

PRESENTACION DE LA INFORMACION PRIMARIA CORRESPONDIENTE A LA COMPOSICION, ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DE LA FERIA DE AVELLANEDA	59
ANEXO 4:	83
PRESENTACION DE LA INFORMACION PRIMARIA CORRESPONDIENTE A LA COMPOSICION, ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DE LA FERIA DE RIVADAVIA-FLORES	83
ANEXO 5:	100
PRESENTACION DE LA INFORMACION PRIMARIA CORRESPONDIENTE A LA COMPOSICION, ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DE LA FERIA DE LINIERS.....	100

1. PRESENTACIÓN

La venta ilegal / extralegal en la Ciudad de Buenos Aires a través de puestos en la vía pública o paseos de compra constituye un sistema de comercialización orientado a sectores populares ampliamente consolidado, legitimado e instalado a nivel socio-económico y socio-cultural. La principal actividad económica involucrada en estos núcleos comerciales comprende la venta -“a precios muy por debajo de los que ofrece el comercio formal”- de una amplia gama de mercaderías de consumo popular, fundamentalmente, indumentaria, lencería y zapatería, pero también productos de juguetería, música/películas (DVDs), alimentos, bijouterie, óptica, relojería, entre otros.

Estos mercados/ferias son las “puntas de iceberg” de una actividad más general de producción, venta mayorista, acopio y distribución de productos que se comercializan de manera ilegal o extralegal sin necesidad de pagar impuestos. Lugares de venta al mayoreo como “La Salada” -complejo de venta ubicado en Lomas de Zamora-, son proveedores de estos paseos y ferias porteñas, los cuales constituyen efectivos “puntos de venta”. Para una parte de la literatura que aborda el tema, estos centros de venta “extralegales” operan –incluso en situaciones de pequeña escala-, en estrecha relación con otros centros mundiales de comercio *no hegemónico*.²

Un rasgo característico de este sistema es que las actividades que comprende se sostienen como negocio masivo debido al carácter “no formal” o “extralegal” de las mismas, así como gracias a la existencia de redes familiares, vecinales, empresariales y/o comunitarias que de manera relativamente autogestionaria soporta relaciones sociales de servidumbre, sometimiento y/o explotación sobre los trabajadores que sirven a su funcionamiento. Sobre este sistema se montan o asocian mecanismos para-estatales que, bajo la forma de “políticas en las sombras”, también hacen posible su existencia, reproducción y expansión sobre el espacio público.

En cuanto a la envergadura de estas actividades, algunas fuentes indican la existencia de al menos 120 “paseos de compra” en donde funcionan alrededor de 7.000 puestos internos de venta; así como también de 2.500-3.000 puestos de venta en la vía pública (sin considerar artesanos), pudiendo llegar a 6.500 puestos durante los fines de semana y/o días feriados. En este caso, la actividad comercial se realiza bajo la forma comúnmente denominada “manteros”, los cuales realizan ventas a cielo abierto,

² Ver Gago, Verónica, en “La Salada:¿un caso de globalización ‘desde abajo’?” Nueva Sociedad, Nro. 241, sept-oct 2012 (p. 65). Asimismo, para D’Angiolillo, Julian et al, autores de “Feria La Salada: una centralidad periférica intermitente en el Gran Buenos Aires” señalan que estos centros de comercialización “están en sincronía con enormes ferias informales mundiales como “Los Altos” en La Paz, Bolivia, u “Oshodi” y “Alaba” en Lagos, Nigeria, o con la provincia china de Guangdong, la mayor zona de producción de mercancías del sistema mundial no hegemónico” (pag. 10). Como resultante de este doble proceso, “La Salada es una periferia que cobra la forma de una centralidad que concentra la venta al por mayor y es condición de posibilidad para el desarrollo de otras ferias de menor envergadura.” (pag 23.); configurándose como “centro de una red de ferias regionales y nodo de una red global de comercio informal” (pag. 10).

ocupando aproximadamente un radio de 450 cuadras en diferentes puntos neurálgicos de la Ciudad.³

El presente informe ofrece una serie de observaciones generales sobre el funcionamiento general de este complejo sistema de ventas (apartado 2), para luego centrarse en dar cuenta de las características, los modos de funcionamiento y composición de lo que en este informe, con mayor precisión conceptual que el término “manteros”, denominaremos “ferias extralegales a cielo abierto”. Para tal efecto, se abordaron —a manera de casos comparados— las ferias de “Once”, “Avellaneda”, “Liniers” y “Rivadavia-Flores”, en tanto centros de venta que fueron considerados casos “típicos” diferenciables al interior de lo que hemos definido como (sub) sistema de ferias de venta ilegal/extralegal en la vía pública con asiento en la Ciudad. Por último, el apartado 4 ofrece, a manera de conclusiones, una serie de lineamientos explicativos sobre el problema. Los Anexos (1, 2, 3, 4 y 5) brindan información primaria detallada de cada una de las ferias estudiadas.

2. RASGOS GENERALES CARACTERÍSTICOS DE LOS SISTEMAS DE VENTAS ILEGAL/EXTRALEGAL EN LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

La venta ilegal/extralegal en la Ciudad de Buenos Aires a través de paseos de compra o puestos en la vía pública constituye un sistema de comercialización de mercaderías de consumo popular fuertemente instalado en la vida económica de la Ciudad tanto por factores vinculados a la oferta como a la demanda de dichos bienes. Sin embargo, las actividades que este sistema convoca, al parecer relativamente evidentes en cuanto a su carácter, representación y alcance, se encuentran atravesadas por un conjunto de procesos estructurantes que operan “en las sombras” que deben ser especialmente considerados al momento del diagnóstico del problema, así como a la hora de definir y diseñar la políticas públicas que procuren su resolución.

En este sentido, cabe a continuación destacar algunos de esos rasgos más generales y/o estructurales detectados y/o confirmados por esta investigación, los cuales dan marco a los hechos relevados y conclusiones particulares generadas por los estudios de caso aquí abordados.

2.1) Se estima que estos centros de venta ocupan de manera directa o indirecta (sin considerar productores ni proveedores) alrededor de 20.000-25.000 empresarios, pequeños patrones, vendedores, asalariados y ayudantes o familiares sin remuneración, en general bajo relaciones laborales extralegales, fundadas en

³ Según los últimos datos disponibles en la CAME y en la Federación de Comercio e Industria de la Ciudad de Buenos Aires (FECOBA), a fines de marzo de 2015 había 121 saladitas, con 7118 puestos y 5150 manteros, totalizando 12.268 puestos ilegales” (datos disponibles en “Argentina ilegal: no hay solo una Salada”, www.fecoba.org.ar, 14/04/15). Por su parte, en febrero de 2015 la misma institución señalaba el record en diciembre de 2014 de la venta ilegal en la CABA, en donde “se detectaron 120 saladitas con 7073 vendedores más un promedio diario de 5899 manteros en la vía pública operando en un radio de 440 relevadas” (datos disponibles en “Con 12.972 puestos, la venta ilegal en Buenos Aires fue record en diciembre”, www.fecoba.org.ar, 10/02/2015).

mecanismos serviles de control o sobre-explotación familiar (patronazgo, empresa familiar, etc.). De la misma manera, toda la actividad comercial se realiza bajo relaciones “informales”, con pagos en efectivo, con menor exposición y/o compromiso de compra, en donde el derecho al “regateo” constituye un componente de la relación social, sin ningún control fiscal (sobre todo la venta en la vía pública) y al margen de toda regla sanitaria y/o de seguridad.⁴ Las redes étnico-culturales fundadas en el “compadrazgo” y/o reglas de “reciprocidad” que predominan en estos mercados contribuyen a dotar de legitimidad y protección a estos intercambios extralegales, ilegales y/o de explotación laboral.

2.2) Si bien existen diferentes grados de “ilegalidad” en esos mercados, cabe destacar que el conjunto del sistema de comercialización se apoya en un conjunto articulado de mecanismos extralegales / ilegales: a) la elaboración clandestina de diseños/productos de marca o de moda (fundamentalmente a través de talleres textiles clandestinos), b) la comercialización/acopio/distribución mayorista no fiscalizada (vía piratería, contrabando, levantamientos aduaneros, alquileres de locales o galpones clandestinos), y c) la gestión “en las sombras” de agentes públicos que aceptan, aprovechan o potencian –por acción u omisión- prácticas ilegales para su propio beneficio (corrupción policial, municipal y/o aduanera, ausencia de políticas sectoriales de promoción y/o fiscalización y manipulación vía clientelismo político).

2.3) Un rasgo característico de este sistema es la capacidad de articular estrategias domésticas de carácter laboral –con fines de subsistencia-, alrededor de pequeños y medianos vendedores autónomos o asalariados, junto a una red de actividades empresariales de producción, comercialización, distribución y crédito de naturaleza ilegal/extralegal y clandestina, cuyo interés está puesto tanto en la obtención de una ganancia extraordinaria como en el control territorial de los mercados de consumo popular que operan bajo estructuras informales (apropiación ilegal del espacio público, producción y distribución de mercaderías provenientes de talleres clandestinos, el contrabando y/o la piratería, sobreexplotación de fuerza de trabajo subordinada tanto en los talleres como en los procesos de comercialización, etc.). Este último componente está formado por grupos de jefes-patronos asociados y/o en competencia bajo formas cuasi-mafiosas.

2.4) Todo ello se encuentra potenciado por la particular identidad étnico-cultural (migrantes bolivianos, peruanos o senegaleses) que presentan los empresarios, patronos y/o vendedores o trabajadores que operan en estos mercados. De tal modo que estos sistemas no sólo constituyen medios de comercialización de productos que tienen como origen talleres clandestinos, importaciones irregulares o actividades ilegales, sino que también son la prolongación de una red étnico-cultural extra-fronteras que articula relaciones económicas, políticas, sociales, familiares, etc., las cuales dan sentido de pertenencia comunitaria a quienes participan en ellos. Por lo

⁴ Uno de los temas más controversiales de estos mercados es el tipo de mercadería que es vendida. Sin embargo, las “marcas truchas” no constituyen el principal bien comercializado, según diferentes fuentes se estima que sólo el 10-15% de la mercadería en venta pertenece a este rubro.

general, esta red se sostiene gracias al papel de jefe-patrón / líder comunitario que desempeñan los empresarios de mayor poder dentro del sistema.

3. FERIAS EXTRALEGALES A CIELO ABIERTO EN LA CIUDAD DE BUENOS AIRES. ESTUDIOS DE CASO: ONCE-AVELLANEDA-FLORES-LINIERS

Las ferias extralegales que operan en espacios públicos de la Ciudad de Buenos Aires constituyen una actividad económica que congrega a una importante cantidad de comerciantes y vendedores de diferente edad, sexo y origen migratorio. Asimismo, no todas las ferias presentan una misma composición, patrón económico de organización ni el mismo modo de funcionamiento. La forma, grado y modo en que intervienen las agencias estatales constituyen también otro factor importante de diferenciación entre estos mercados.

En este sentido, si bien los sistemas de venta en la vía pública en los espacios feriales de Avellaneda, Once, Rivadavia-Flores y Liniers dan cuenta de un patrón común dominante –del cual ya hemos dado algunas pistas–, también constituyen ejemplos de sus diferencias. En términos generales, las cuatro ferias comparten ciertas características generales: ubicación en sitios de gran flujo de personas y carácter contravencional de la normativa vigente. Sin embargo, se distinguen tanto por el grado de desarrollo comercial como por su composición interna y tipo de funcionamiento.

Cabe a continuación profundizar los hallazgos obtenidos por el estudio, al mismo tiempo que dar cuenta de las particularidades que presentaron los diferentes estudios de caso.

3.1. FERIAS DE MANTEROS, SU COMPOSICIÓN Y PERFIL MIGRATORIO

3.1.1) Las ferias extralegales, son un conjunto de puestos o “mantas” que comparten el atributo de su instalación en el espacio público de zonas de alto flujo de personas, que se logra colocando estructuras livianas para la exposición de mercaderías. Este proceder parece sencillo a primera vista pero requiere una importante logística para el armado/desarmado, depósito y traslado de mercadería, además de una serie de cuestiones netamente comerciales como la elección de la mercadería orientada a la moda y la colocación del “precio adecuado”. Sus características les permiten operar con gran flexibilidad en sus posibilidades de ampliación, reducción y traslado. Los pagos en efectivo por los productos, sin la entrega de ningún tipo de recibo por la compra, contribuyen a la fluidez de las transacciones y posibilita la elusión de toda regla en términos impositivos, municipales, aduaneros y de regulaciones laborales. Los puntos de venta se organizan en las zonas de mayor flujo comercial y de intenso tránsito. Los espacios más valorados para ubicar los puestos de venta son las avenidas, especialmente las esquinas, dado que cuentan con las ventajas de la mayor visibilidad

desde distintos puntos de observación, pero en coincidencia con la presencia de comercios formales cercanos. Luego se van ubicando en forma de racimos en torno a estos sitios, para expandirse siguiendo un criterio que obedece a dos lógicas, la colonización de los espacios fértiles comerciales y la obtención de renta marginal hasta alcanzar las fronteras de la feria (“cola de ferias”). A medida que las ferias llevan más tiempo en la zona, van estableciendo estructuras más complejas, y dificultan toda política tendiente a su erradicación o traslado. En un ordenamiento sintético de los casos estudiados, la Feria de Once es la más antigua y compleja, seguida por la de Avellaneda, en tercer orden se debe considerar a la Feria de Liniers, y hacia el final la feria de Rivadavia-Flores.

3.1.2) Aunque los agentes económicos que participan de estos mercados están lejos de constituir un colectivo homogéneo, se hace en general referencia a ellos con la denominación imprecisa de “manteros”: vendedores independientes de mercaderías de consumo masivo (no artesanales) que colocan encima de mantas o sobre puestos prefabricados que ocupan espacios públicos no habilitados para ello en veredas, plazas o calles de la Ciudad. La realidad es que estos “manteros” constituyen un colectivo socio-económico-laboral heterogéneo formado por grandes distribuidores, pequeños jefes-patronos (“tíos/tías”), empleados “cuasi-asalariados”, prendarios de puestos, ayudantes sin salario, vendedores independientes y trabajadores ambulantes transitorios, los cuales en su conjunto participan de un sistema “extralegal” (no regulado de manera legal por el Estado) de venta de mercaderías de consumo masivo a través de estructuras internas y relaciones laborales y/o familiares informales. Un rasgo adicional es que estas ferias presentan fuertes lazos étnico-culturales, predominando poblaciones migrantes de países latinoamericanos (peruanos y bolivianos) y/o africanos, siendo los nativos argentinos un grupo minoritario en el espacio visible que ocupan estos mercados. A medida que grupos de similar proveniencia se van concentrando en cada feria, van otorgando particulares fisonomías y marcando el camino para los nuevos integrantes arribados.

3.1.3) El componente migratorio pasa a ser central en el desarrollo de las ferias y suele estar constituido por adultos jóvenes de ambos sexos provenientes de Perú, Bolivia y Paraguay (en menor incidencia) y africanos de llegada reciente (la mayoría llegó entre 2000 y 2010). Los más antiguos llegaron a mediados de los años noventa y sólo una minoría registra 2-3 años de residencia (africanos y peruanos). Con excepción de los vendedores de origen africano, los migrantes se van reuniendo por afinidad de nacionalidad en las distintas ferias. En las ferias más grandes, la de Avellaneda y la de Once se observa una presencia mayoritaria de peruanos, aunque en ésta última también se observan argentinos. La feria de Liniers se caracteriza por la presencia de bolivianos y de peruanos, en menor medida. Por último, la feria de Rivadavia-Flores está formada mayoritariamente por vendedores argentinos. Los inmigrantes de origen africano suelen en cambio tener una presencia minoritaria en todas las ferias, y también se puede observar sus puestos de venta en solitario en diversos sitios de la ciudad. Acordes al perfil migratorio, la mayoría de los vendedores tiene grupos familiares constituidos, esposos e hijos grandes provenientes del lugar de origen e hijos pequeños nacidos en el país. Excepto los africanos, que viven solos en su mayoría, todos residen con su grupo familiar (madre, padre, esposos, hijos, otros familiares). En

general, el grupo familiar colabora en el sostén de puesto de venta. La ausencia en la atención del puesto puede ser costosa a niveles de tener que trasladar el puesto a zonas periféricas de las ferias. Por el contrario, la persistencia o la antigüedad es un bien respetado y valorado. Los más antiguos tienen un derecho más amplio que los nuevos.

3.2. FERIAS ILEGALES: SISTEMAS DE VENTA EXTRALEGAL EN ESPACIOS PÚBLICOS

3.2.1) A estos sistemas de venta informal en espacios públicos los denominamos “ferias extralegales”. En particular, cabe no confundir estos sistemas con las ferias legales que también ocupan espacios públicos pero cuyas actividades se ajustan a normas legales y marcos regulatorios bajo la administración y/o fiscalización de una autoridad pública competente. Esto es independiente del hecho –tal como se ha señalado- de la evidencia robusta de que las “ferias ilegales” no están al margen de mecanismos de promoción, regulación, contribución y control “estatales” (externas a las ferias). Un rasgo relevante de esas ferias es que las mismas constituyen un sistema complejo que reúne tanto lógicas de acumulación –fundadas en relaciones de explotación y/o servidumbre- como estrategias familiares de subsistencia popular –fundadas en la empresa familiar, el autoempleo y/o el trabajo autónomo eventual-. Por una parte, este régimen hace posible un circuito de comercialización mayorista de mercaderías, en general producidas, distribuidas y vendidas mediante mecanismos “ilegales” frente al comercio formalizado y a las normas públicas establecidas. Por otra parte, tales ventas “ilegales” constituyen una fuente de trabajo, ingresos y un modo de vida para la mayor parte de los trabajadores que participan de estos mercados (sea en tareas de producción, distribución, venta y/o administración).

3.2.2) Estos sistemas de venta “extralegales” en espacios públicos no constituyen un fenómeno exclusivo de la Ciudad de Buenos Aires sino que proliferan en otros grandes centros urbanos del país, así como en otras ciudades de la región y del mundo. Es un dato innegable que estas ferias logran desarrollarse a partir de la existencia de un público que demanda mercaderías de bajo precio, más allá de su dudosa calidad y/o procedencia. Los mayores niveles de consumo de los llamados sectores populares han contribuido al desarrollo de este tipo de mercados. No obstante, también las ferias son proveedoras de objetos para las clases medias que suelen comprar siguiendo un esquema de rápido recambio. El precio bajo (real o percibido), la moda de productos globalizados y la variedad de ofertas, son algunos de los atributos de gran importancia para los clientes; a esto se le debe sumar una cultura general actual de pragmatismo de los consumidores. Mientras le sea de provecho al comprador promedio, poco le interesa a éste, conocer la procedencia del producto, y menos las consecuencias de la existencia de este sistema de venta para el comercio formal y/o para los trabajadores involucrados. Su expansión está determinada en parte por las condiciones socio-

económicas generales, sin embargo, las mismas no sólo no han mostrado ser factores estructurantes del fenómeno, sino incluso ser estructurados por el mismo.

3.2.3) Se observan diferencias entre las mercaderías ofertadas según la composición migratoria mayoritaria de las ferias o del propio puesto. Los puestos de peruanos (Once-Avellaneda) suelen ofrecer ropa industrializada de baja calidad, adquirida en otros espacios comerciales (otras ferias y/o proveedores de talleres). Uno de los lugares que aparece notoriamente suministrando este tipo de producto es la Feria de La Salada. En este sentido, se pueden identificar como un grupo altamente organizado. Por ejemplo, en la feria de Avellaneda, los jefes / patrones “reparten” al inicio de la jornada ferial la mercadería en camionetas entre los distintos puestos/mantas. Los vendedores de nacionalidad boliviana de Liniers suelen ofrecer productos alimenticios y servicios típicos, provenientes de su país de origen. Los africanos suelen vender mercancías como cinturones, carteras, marroquinería, bijouterie, anteojos y relojes. Estos productos suelen ser adquiridos a mayoristas de Once, de origen importado y /o nacional. Finalmente, los puestos de argentinos de Rivadavia-Flores ofrecen variedad cambiante de productos, adquiridos a mayoristas en Once, de origen importado y/o nacional; siendo el grupo más independiente en términos de actividad económica (trabajadores autónomos), y por lo tanto, flexible en la variedad de lo que vende.

3.3. JEFES/PATRONES DUEÑOS DE PUESTOS Y MANTEROS INDEPENDIENTES

3.3.1) En las ferias más importantes como Once o Avellaneda, y, en menor medida en Liniers, predomina como agente económico un jefe/patrón o dueño empresario que controla gran parte del circuito de ventas. A diferencia del mantero individual (cuenta propia independiente), los jefes / empresarios son dueños o controlan varios puestos a lo largo de la feria, los rentan y/o reclutan a trabajadores cuasi-asalariados o ayudas familiares para ocuparse de los mismos bajo distintas modalidades. La expansión de la actividad empresarial responde a una lógica de acumulación que no tienen los trabajadores autónomos (con mayor presencia en Rivadavia-Flores y, en menor medida, en Liniers). Estos últimos sostienen una actividad orientada a la subsistencia, donde por ejemplo, si la mercadería es decomisada por la policía o son víctimas de un robo en los lugares de acopio (situación no tan extraña), deben arrancar nuevamente de cero. En cambio los empresarios, tienen, además de diversificado el riesgo, una mayor capacidad de negociación vía control directo de la cadena de distribución y/o posibilidad de acceder a mercados mayoristas, contar con personal permanente en los puestos, disponer de redes de informantes claves ante situaciones de riesgo fiscal y contar con capacidad de negociación frente a las fuerzas de seguridad que custodian el territorio. Su capacidad de acumulación les permite incorporar nueva mercadería y abrir nuevos puestos, incluso en zonas menos favorables de las ferias.

3.3.2) Ser un trabajador autónomo, “mantero independiente” –como el que predomina en Rivadavia-Flores o, incluso, en las colas de feria de Liniers u Once-, constituye un perfil/función social muy diferente a la del “empresario jefe/patrón”

(con predominio en Once, Avellaneda y una parte de Liniers), dueño arrendatario de uno o más puestos o lugares de venta, mediador o partícipe directo del circuito de distribución y patrón gerente de empleados y/o trabajadores familiares, incluso tallerista, a la vez que dueño del derecho a administrar y usufructuar los lugares de venta usurpados, comprados y/o heredados sobre el espacio público. En este marco, corresponde a este jefe/patrón empresario –por lo general migrante limítrofe o vinculado a una determinada comunidad étnico-cultural- dar trabajo, vivienda, alimentación y protección, a los miembros de su familia-comunidad. El acceso a esta función requiere disponer de dinero pero sobre todo de capacidad para ser un buen patrón: “generoso”, “exitoso” y “experimentado” para sobrevivir bajo un régimen de feroz competencia informal.

3.3.3) Se trata de un modo particular de ser jefe/patrón empresario, el cual reproduce el prototipo de los productores rurales, dueño de transportes y a la vez propietario de puestos en los mercados del altiplano. En la Ciudad de Buenos Aires, esta versatilidad patronal toma la forma de socio o patrón de un taller clandestino, dueño de transportes o administrador de fletes, propietario o arrendatario de depósitos y/o de puestos en las ferias. De este modo, todos sus costos se abaratan y logran competir en los mercados populares. Pero la adecuada administración y el efectivo control de este negocio implican poner en juego recursos personales-familiares-comunitarios. Para ello, por una parte, debe generar beneficios inmediatos –en dinero en efectivo- que le permitan mantener el sistema en funcionamiento, pagar a sus trabajadores y reemplazar mercadería. Por otra parte, debe garantizar respeto, lealtad, fidelidad y subordinación por parte de los trabajadores, ayudantes y familiares bajo sus órdenes, para lo cual corresponde que asuma responsabilidades socio-laborales paternalistas, más allá del pago de un salario o concesión económica. En este marco, la figura del “compadrazgo” asume un nuevo carácter y función en el espacio urbano de frontera que ocupan las ferias.

3.4. MANTEROS CUASI-ASALARIADOS BAJO RELACIÓN DE DEPENDENCIA

3.4.1) Las ferias extralegales constituyen una oportunidad de trabajo –sea como trabajador autónomo o bajo relación de dependencia “cuasi-asalariada”- para una oferta de mano de obra que presenta baja capacidad de empleabilidad en el sector formal. Esto es especialmente así para muchos migrantes recientes. En estos espacios de feria se desarrolla un mercado de trabajo de características informales, sin los requerimientos habituales que impone el sector formal. No existe, en principio, ningún impedimento o traba formal para el ingreso, no se precisa tener por ejemplo, la situación migratoria resuelta, la libreta sanitaria ni ningún certificado habilitante. Por supuesto, tampoco existe la contrapartida de los aportes jubilatorios, acceso a una obra social, el seguro de trabajo ni el derecho a indemnización o seguro de desempleo. La propia informalidad funciona como un aliciente para los trabajadores migrantes o cuenta-propias eventuales para acceder a un trabajo sin condicionamientos ni regulaciones formales. Por este motivo, en las ferias relevadas se observa una presencia importante y creciente de inmigrantes de países latinoamericanos y de la “nueva” inmigración de africanos (con mayoría de senegaleses).

3.4.2) Esto no significa que no existan restricciones o barreras de ingreso, pero estas tienen como marco la propia organización jerárquica de la feria, las relaciones familiares-comunitarias en que se apoyan las relaciones laborales/comerciales y las propias normas sociales internas que dan derecho a un lugar/puesto y que regulan el funcionamiento de cada punto de venta. Es común encontrarse con situaciones donde los migrantes más antiguos, sea en un rol de mantero autónomo o bajo relación de dependencia de un jefe/patrón, facilitan el ingreso posterior de otros familiares o personas cercanas. Estos nuevos trabajadores toman un puesto o se inician como ayudantes de algún familiar. Las ferias con estructuras más complejas –y con mayor volumen de ventas-, como Once o Avellaneda, presentan mayores dificultades de ingreso, siendo la pertenencia a las mencionadas redes patronales de base familiar-comunitaria una condición indispensable. Algo similar, aunque en menor medida, ocurre en Liniers, a la vez que casi no está presente en Rivadavia-Flores (o en las colas de feria de Once y Avellaneda). En estos casos, la mayor presencia de vendedores autónomos brinda más flexibilidad al préstamo, la venta de lugares y/o la habilitación de nuevos espacios.

3.4.3) En las áreas centrales de las ferias de Once o Avellaneda es mayoritaria la presencia de manteros en relación de dependencia “cuasi-asalariada”. Estos trabajadores, a diferencia del mantero independiente, están a cargo de un lugar/puesto que gerencia un jefe/patrón o distribuidor. Por ello recibe una paga diaria-semanal-quincenal o un porcentaje de las ventas diarias. En estos casos, el vínculo con el jefe/patrón es de tipo paternalista con un alto grado de subordinación, fidelidad e identificación con los intereses del mismo. El desplazamiento de “nativos” por migrantes, fenómeno narrado por algunos de los entrevistados (sobre todo en Once y Avellaneda) profundiza la precariedad laboral, que no sólo alcanza a la actividad, sino a quienes la ejercen. En cualquier caso, estos trabajadores cuasi-asalariados representan su experiencia como “probar suerte”, lo cual sintetiza el sentimiento de lanzarse hacia una oportunidad laboral de “final incierto”. Pero en el caso de los trabajadores bajo relación de dependencia, este sentimiento está asociado no a la relación laboral –tal como cabría esperar por la precariedad del vínculo- sino a un reconocimiento de la ilegitimidad de la actividad realizada y del riesgo de desalojo. De esta manera, la feria extralegal parece exhibir una nueva composición de la fuerza de trabajo –informal/ ilegal/precario- que se ha hecho notoria en la postcrisis argentina como elemento clave de la recomposición económica bajo nuevas formas laborales. En el caso particular de los migrantes latinoamericanos, ellos parecen traer consigo un capital comunitario caracterizado por su ambigüedad: capaz de funcionar como recurso de autogestión, movilización e insubordinación pero también como recurso de servidumbre, dominación y explotación.

3.5. PERFILES SOCIO-DEMOGRÁFICOS, DESTREZAS Y HABILIDADES LABORALES

3.5.1) Hay ciertas habilidades y destrezas que deben desarrollar los manteros, sea como vendedores autónomos o bajo relación de dependencia “cuasi-asalariada”. En principio, deben contar con conocimientos básicos para manejar el dinero, contar con

cambio para realizar las transacciones en forma eficiente, volcar los ingresos a las planillas o cuadernos de registros, dar vueltos, evaluar los stocks, etc. Más allá de mantener una relación de dependencia, deben poder ejercer como vendedores autónomos (de ahí que no resulte posible distinguir a primera vista un mantero independiente de un trabajador cuasi-asalariado), para lo cual deben no solamente establecer las relaciones de compra y venta sino identificar los movimientos del mercado, es decir los productos que salen y los que no. También deben contar con capacidades para establecer relaciones interpersonales, para interactuar con los demás feriantes, establecer grados de relaciones precisas que van desde la solidaridad a la competencia, desarrollar un trato con los clientes a fin de poder evacuar dudas y convencerlos de la ecuación de la calidad/precio a fin de realizar las ventas. Estas habilidades en las relaciones interpersonales también son necesarias para tratar con personas de diferentes jerarquías como “jefes/patrón” o “gerentes de cuadra”, entender la lógica de los “pagos” para estar allí, donde corresponda o el entendimiento con los comerciantes establecidos legalmente en cercanías, relaciones que suelen encuadrarse bajo ciertas tensiones.

3.5.2) Entre las capacidades necesarias para ser vendedor en una feria se encuentra la resistencia física. Se requiere soportar largas horas de trabajo en condiciones precarias, parados al lado de los puestos, sin infraestructura mínima como baños o lugares de descanso. También deben cargar la mercadería al principio y al final del día. Esto hace que la mayoría de los manteros sea gente joven y que rara vez superen los 45 años. En este sentido, las redes familiares cumplen el rol de reemplazo, cuando los más jóvenes de la familia ocupan ocasionalmente el puesto de trabajo, que sirve tanto para sustitución como para entrenamiento de las nuevas generaciones. El perfil de edad es similar en los entrevistados de las cuatro ferias. La mayoría oscila entre los 25 y los 45 años, siendo adultos jóvenes. Existen casos minoritarios de menores de 25 años y mayores de 50 años. En la comunidad peruana se observan vendedores distribuidos por género según las características de la mercadería que se vende, por ejemplo cuando se vende ropa de mujer las vendedoras suelen ser mujeres. Los africanos en cambio son todos varones. El perfil educacional dominante es contar con secundario incompleto o completo.

3.6. RACIONALIDADES SOCIALES Y SOCIO-COMUNITARIAS DE LOS FERIANTES

3.6.1) Entre los vendedores de estas ferias se registran diferentes estrategias, racionalidades sociales y expectativas de beneficio según categoría laboral y grupo migratorio, con diferente predominancia en las distintas ferias. En las ferias de Avellaneda y Once donde se extienden con mayor visibilidad puestos a cargo de peruanos, prevalece una racionalidad de subsistencia estructurada alrededor de las estrategias de los jefes/patronos dueños de puestos y de los valores comunitarios. El trabajo bajo relación de dependencia o como ayudante de un puesto constituye un medio de inserción en el país, así como una transición hacia la posibilidad de obtener un mejor espacio en la feria y, más adelante, poder acceder a un puesto o local comercial propio. En cambio, en la feria de Liniers, dónde se observa un mayor

afincamiento de la comunidad boliviana, la lógica es de subsistencia pero en un entramado de relaciones familiares. El acceso es a través de la red familiar. En cambio allí donde despliegan su actividad en las ferias de Rivadavia-Flores y Once, los argentinos muestran una lógica de supervivencia, realizando un trabajo diario como mantero independiente/trabajador cuenta propia (compra al por mayor, venta al por menor a escala individual). En general, en Rivadavia-Flores se valora la lógica reproductiva a escala de supervivencia personal, en otras palabras, “vivir al día”. Por último, cualquiera sea la feria, los africanos privilegian también una lógica individual cuenta propia, sin embargo, bajo una red más centralizada y estructurada de distribuidores/proveedores, aunque el trabajo se desarrolle de manera individual. Se destaca aquí la solidaridad étnica para entrar y permanecer en el circuito de la venta callejera.

3.6.2) Sobre todo en el caso de vendedores de origen argentino de Rivadavia-Flores y Once, ser vendedor independiente en estas ferias no implica un ascenso sino un descenso en la escala de prestigio ocupacional. Estos trabajadores vienen de una gran variedad de actividades laborales previas: asistente geriátrica, servicio doméstico, empleados de comercio, empleados administrativos-contables, reparación de PC, obrero de la construcción, delivery, etc.). Es decir, han sido en general expulsados de relaciones asalariadas –en algunos casos formales- y buscan “refugio” en la venta callejera. En algunos casos, cuentan con otros ingresos y la labor en la feria constituye una “changa” eventual. La pérdida del empleo anterior es percibida como resultado de algún accidente laboral, un conflicto con la patronal, la crisis de la actividad o el disgusto personal. En general, estos manteros expresan sus deseos de acceder a otro tipo de trabajo, fuera de la calle. Evalúan en forma negativa la inestabilidad del trabajo en la feria por su falta de proyección de futuro, incertidumbre y falta de expectativas. Sin embargo, también se percibe la imposibilidad de poder acceder a un empleo formal.

3.6.3) En cambio, para la mayor parte de los jóvenes y adultos migrantes peruanos, bolivianos o paraguayos ser mantero en la feria es un trabajo valorado (aunque se percibe ilegal), es “empezar de abajo”, a la vez que constituye la principal fuente de ingreso. Algunos de los vendedores tienen la aspiración de continuar su trayectoria ocupacional en el sector comercial, por ejemplo “poner un local del rubro que vende en la calle”, aunque suene como un proyecto completamente distante de las posibilidades reales (debido a su imposibilidad de acumular capital). Estos visualizan a su labor en la feria como un paso necesario y sacrificado para luego constituirse en dueño de un puesto; o, incluso, alquilar un local. Sin embargo, la realidad de la mayoría de los vendedores que trabajan en la vía pública da cuenta a través de sus relatos que se trata de una actividad de subsistencia. Todos los grupos familiares aportan a la economía familiar, buscan incorporar diversas fuentes de ingresos como trabajo de varios miembros del hogar, jubilaciones, pensiones por discapacidad. También buscan establecer estrategias habitacionales de aglomeración, residiendo en grupos familiares, y en algunas ocasiones con amigos y recién llegados con la finalidad de abaratar y compartir gastos de vivienda, al tiempo que buscan residir cerca de los puntos de venta para ahorrar tiempo y no tener que afrontar gastos de transporte.

3.7. REGULACIONES, CONTROLES Y DELEGADOS AL INTERIOR DE LA FERIA

3.7.1) Existe coincidencia en los trabajadores feriantes pertenecientes a las distintas ferias que su presencia como vendedores en la vía pública es un elemento de conflicto. Tienen un conocimiento acabado de que la actividad implica una “contravención” (para poner un término), pero argumentan a favor sobre esta opción de vida frente a alternativas que suponen delitos graves (salir a robar, venta de drogas ilícitas). En el mediano plazo, la estabilidad de la feria se vincula con el tipo de relación que se establece con los comerciantes formales. En este sentido, en las ferias de Avellaneda y Once se perciben la constante tensión y presiones de los comerciantes formales para erradicar la venta al aire libre o al menos que no se instalen puestos delante del comercio formal. En cambio, la feria de Rivadavia-Flores puede ser considerada como menos conflictiva, en tanto los vendedores procuran no invadir el espacio público ni afectar a los comercios formales. Algo similar ocurre en la feria de Liniers, con fuerte presencia de estructuras familiares, en donde incluso algunos locales cuentan con puestos instalados en la vía pública. Existe una mudanza desde ferias más complicadas aunque más “amenazadas” hacia ferias más “tranquilas”. Ocupar el espacio tempranamente puede significar subsistir si aquellas son eliminadas. Como se expresa, la presión constante la suelen ejercer los comerciantes formales, pero obviamente, éstos no tienen poder de policía.

3.7.2) A diferencia de lo que muchas veces se supone, las relaciones entre los puesteros/feriantes no es conflictiva sino de tipo solidario o de ayuda recíproca. En cada feria se van desarrollando “códigos” no escritos que regulan derechos y obligaciones. Esto con el fin de reducir conflictos con los comerciantes formales o transeúntes, así como regular las relaciones con las fuerzas de seguridad. En algunos casos, estas relaciones son administradas por “delegados de cuadra”, sostenidas o legitimadas por los jefes/patronos de puestos, los propios vendedores y/o las fuerzas de seguridad. En particular es la Policía Federal la que tiene la función de ser garante “en última instancia” del orden público ante eventuales disputas entre vendedores, clientes, comerciantes y transeúntes. Las dos ferias más importantes en extensión e importancia, Once y Avellaneda, cuentan con estructuras internas que regulan y controlan el mantenimiento del orden, cobran “impuestos informales” y velan por el cumplimiento de las normas establecidas. Estas ferias cuentan con “recolectores de impuestos” que caminan entre los puestos y chequean que todo esté en orden, nadie tenga deudas o que hayan pagado efectivamente su contribución. En Liniers la presencia del delegado de cuadra, sólo se concentra en la zona más central, en donde es mayor la presencia de jefes/patronos. Este “delegado” está por lo general vinculado a los jefes/patronos o dueños de puestos, a la vez que debe gestionar acuerdos que mantengan un clima comercial pacífico al interior de la feria.

3.7.3) Este delegado –o a quien se reconoce como representante de grupo con poder, sean jefes/patronos, “brigadas” u otras fuerzas de seguridad- tiene la tarea de cobrar un “impuesto informal” por el derecho a ocupar un espacio en la vía pública, a vendedores dependientes, manteros independientes e, incluso, dueños o arrendatarios de puestos. Según se afirma dicho impuesto es para cubrir/pagar gastos de administración, incluyendo, una “coima” a las fuerzas de seguridad para que estas no intervengan afectando el desarrollo de la actividad y cuiden el clima interno de la

feria. Esta figura apareció en todas las ferias salvo la de Rivadavia-Flores, en donde la mayoría de vendedores son trabajadores independientes y en donde el peso económico de la feria no es relevante. Es evidente que una mayor consolidación de las ferias está asociada a la constitución de “ghettos” donde rige la ley del más fuerte. El reemplazo del Estado “transparente” por un Estado en “las sombras” da lugar a la creación de códigos de convivencia propios y de una doble victimización: por un lado, la auto-exclusión de lo público, y por el otro, el sometimiento a un poder económico, en donde lo público o paraestatal no deja de estar presente como factor de legitimación.

3.8. POLÍTICAS Y AGENCIAS DEL ESTADO “EN LAS SOMBRAS”

3.8.1) El desarrollo de estas ferias como un sistema extralegal de producción, distribución y venta de bienes de consumo popular tiene implícito la configuración de un sistema fiscal informal (no oficial) bien establecido, así como un extendido marco de políticas y acciones públicas que permiten, asisten y regulan el desenvolvimiento y la expansión de estos mercados. La extralegalidad manifiesta de este sistema involucra la venta ilegal de mercadería, la ocupación no autorizada de espacios públicos, la venta/alquiler irregular de depósitos, locales y puestos, la evasión fiscal, el contrabando, la producción o importación de productos falsificados, la comercialización de productos robados, la explotación servil de mano de obra, entre otras ilegalidades. La tolerancia activa de estas prácticas por parte de diferentes agencias estatales legitima su existencia y estimula su reproducción. Por acción u omisión estas “políticas en la sombra” constituyen medidas que favorecen el desenvolvimiento de actividades económicas que se reconocen como ilegales, las cuales sin embargo son toleradas o incluso fomentadas debido a los efectos “deseables” de consumo, empleo, corrupción y/o clientelismo que hacen posible.

3.8.2) Diferentes agencias públicas participan de este sistema brindando apoyo o protección “directa” a través del cobro de “impuestos informales”, la “facilitación de trámites”, el “bloqueo de denuncias”, la “facilitación de gestiones” o la “prestación de servicios especiales”. En los casos estudiados, si bien estas prácticas son generales, se hallan más consolidadas en las ferias más antiguas y dinámicas como Avellaneda y Once; su desarrollo es parcial en Liniers, y no ha logrado todavía conformarse en la feria de Rivadavia-Flores. Las “políticas en las sombras” son el resultado de la ampliación de la diferencia entre legalidad y legitimidad. Ahora bien, las “políticas en las sombras” no sólo operan de manera directa a través de agencias públicas. También lo hacen a través de decisiones macroeconómicas y/o políticas activas que apuntan a producir resultados económicos específicos, por ejemplo, la creación de puestos de trabajo y el incremento del consumo. Con ello se busca generar ingresos regulares y aumentar el consumo de las poblaciones golpeadas por la pobreza. Estas políticas operan en las “sombras” porque no pueden hacer explícito/transparente que promueven la expansión de medios de producción, distribución y comercialización bajo regulaciones e intercambios extralegales, e incluso, ilegales. Un resultado no deseado de estas políticas es el desarrollo de una economía más dual, antes que la supuesta convergencia económico-social esperada.

3.8.2) De esta manera, las políticas en las sombras promueven un tipo paradójico de intervención económica: mientras que las políticas oficiales explícitas “preservan” y “protegen” los trabajos y el consumo, también producen una extraña y radical desregularización de las relaciones de trabajo. Un elemento crucial que determina el éxito de estas políticas es la opinión bastante esparcida de que las actividades económicas involucradas no son perjudiciales y son capaces de generar riqueza. Las políticas en las sombras contradicen la creencia popular de que la capacidad regulatoria del Estado, débil o fuerte, siempre sigue el camino de la ley. Es más, las políticas en las sombras muestran que un Estado puede regular un mercado informalmente o incluso ilegalmente, suspendiendo la fuerza de la ley e introduciendo regulaciones sui generis. En ese marco, tiene lugar tanto la explotación laboral de amplios sectores de baja calificación –en su mayoría migrantes latinoamericanos- bajo formas “serviles-cuasi-asalariadas”; a la vez que se ponen en riesgo, debilitan y deslegitiman actividades económicas que forman parte del sistema económico formal.

4. CONCLUSIONES: CONDICIONES DE EXISTENCIA (ECONOMÍA POLÍTICA) DE LOS SISTEMAS DE VENTAS ILEGAL/EXTRALEGAL EN LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

4.1) Las ferias extralegales que ocupan espacios públicos en la Ciudad de Buenos Aires constituyen un espacio espeso, de múltiples relaciones, capas, intereses, transacciones. Un espacio abigarrado que simultáneamente reúne negocios, tradiciones, celebraciones y disputas, momentos de encuentro, consumo y diversión; a la vez que también es un espacio de trabajo intenso, de competencia, oportunismo y explotación. Se sostiene y se desarrolla como negocio masivo teniendo como soporte redes empresariales, familiares, vecinales, de compadrazgo y de amistad, así como también a una red de agentes y/o agencias “para-estatales”. Sin embargo, estos rasgos describen pero no explican el fenómeno, ni mucho menos su crecimiento, reproducción y consolidación. Sin pretender agotar la explicación del problema, se plantean a continuación algunos de los factores detectados como claves en este estudio.

4.2) Una primera condición de existencia de estos centros de venta es la existencia de un segmento poblacional que en búsqueda de bienes de consumo masivo a “precios económicos” concurre a estos mercados de manera voluntaria (no ingenua ni desinformada). Se trata de sectores de bajos o medianos recursos que no buscan productos originales de “marca” ni líneas “premium”, sino acceder a ciertos bienes de consumo masivo a un precio acorde con su capacidad económica y sus expectativas de movilidad social. Sin estos mercados, dados los precios que ofrece el comercio formal, gran parte de las compras realizadas no podrían concretarse. En cuanto al contexto macroeconómico que ha acompañado al aumento de esta demanda, cabe destacar que tanto la dinámica sostenida de crecimiento económico con derrame hacia el sector informal (2003-2007), como el prolongado estancamiento, bajo un contexto inflacionario pero con flujos importantes de transferencia de ingresos a sectores

populares por diferentes vías (2009-2014), constituyen factores que lejos de inhibir, potencian la existencia de estos mercados.

4.3) El funcionamiento de estos puntos de venta no carece de estructura, organización, normas, derechos y obligaciones para quienes participan de los mismos. En buena medida esta estructura y sus reglas son sostenidas, reguladas y supervisadas por una clase de empresarios/jefes-patronos con poder interno a cada mercado que operan en todo el sistema de producción, distribución y comercialización que abastece a los mismos. A esta estructura se someten tanto los trabajadores en relación de dependencia como los vendedores autónomos. Ahora bien, cabe señalar que dichos “empresarios” no expresan el perfil tradicional de un empleador formal. Las relaciones comerciales-laborales que se establecen a lo largo de todo el sistema toman la forma de relaciones sociales serviles y/o de explotación familiar. En cualquier parte de la cadena, el jefe/patrón empresario tiene a su cargo una responsabilidad integral de los trabajadores o vendedores a su cargo: traslado, vivienda, comida, salud, empleo, etc. La figura del trabajador asalariado libre es puesta en cuestión por la misma lógica de las relaciones de dependencia basadas en un compromiso de reciprocidad, familiaridad, subordinación y fidelidad, definidas muchas veces como «trabajo esclavo». Asimismo, cabe observar que estos sistemas de producción, distribución y venta extralegales constituyen una verdadera “economía popular” que se entreteje – directa o indirectamente– con la economía habitacional, espacial y migratoria que tiene sede en las villas de emergencia porteñas y suburbanas, haciendo que dicha economía sea aún más robusta como invisible.

4.4) En esa amplia zona de extralegalidad a la que dan lugar estos mercados confluyen la venta ilegal de mercadería, la ocupación no autorizada de espacios públicos, la venta/alquiler irregular de depósitos, locales y puestos, la evasión fiscal, el contrabando, la producción o importación de productos falsificados, la comercialización de productos robados, la explotación servil de mano de obra, entre otras irregularidades. Frente a lo cual cabe preguntarse: ¿Dónde está el Estado? La paradoja es que sobran evidencias acerca de la participación directa o indirecta del Estado –tanto por acción como por omisión– en el desarrollo de estas actividades. Estas “políticas en las sombras” son una piedra angular en la existencia, funcionamiento y consolidación de estos mercados. La “economía popular” que conforman estos sistemas preserva el empleo, el consumo y el bienestar, al mismo tiempo que promueve la corrupción impositiva, judicial-laboral, aduanera y policial. Estos mecanismos constituyen un método de “retorno y/o compensación” económica de los agentes públicos. Asimismo, la protección de las redes que lideran estos colectivos étnico-culturales permite acceder al financiamiento de campañas y/o a votos. Por último, estas “políticas en las sombras” fortalecen estos sistemas al promover arreglos político-institucionales informales bajo el argumento de que tales intercambios ilegales (economía popular) no están mal vistos por la sociedad y que, al mismo tiempo, son una fuente importante de ingreso, ahorro y consumo para los sectores más pobres de la población.

4.5) En este marco de determinantes cabe observar que el sector más afectado por la “economía política” que atraviesa a estas “economías populares” (según algunos, “contra hegemónicas”) son los trabajadores bajo relación servil “cuasi-asalariada”, los

cuales son –paradójicamente- los principales defensores/sostenedores de este sistema. En su mayoría, se trata de trabajadores informales pobres que tienen empleos de mala calidad, salarios bajos, largas jornadas de trabajo, imposibilidad de acceder al sistema judicial y al sistema de protección social, incluyendo la protección para la seguridad y salud en el trabajo. Estas condiciones ubican en una situación de particular vulnerabilidad económica y laboral tanto a los propios trabajadores como a sus familias. Sin embargo, cabe destacar que se trata de una fuerza de trabajo que no se rebela contra esta explotación sino que la asume como parte de un orden social-familiar comunitario que le brinda protección, pertenencia e identidad. Al respecto, cabe recordar que el Estado nacional ha acordado de manera tripartita incorporar como prioridad del Programa de Trabajo Decente por País 2012-2015⁵, "reducir la precariedad laboral, el empleo no registrado y la informalidad, promoviendo la protección social y la calidad y cantidad del empleo; generando condiciones propicias para el desarrollo de empresas sostenibles y una mayor articulación y coherencia de las políticas económicas, sociales y laborales". Sin embargo, estos sistemas de venta están cada vez más lejos de cumplir con estas normas. A la vez que el Estado –vía instrumentos disponibles de decisión política, promoción económica y/o fiscalización laboral- ha hecho poco o nada en defensa de los derechos civiles, sociales y económicos de los trabajadores explotados por estos mercados.

⁵ http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@americas/@ro-lima/@ilo-buenos_aires/documents/publication/wcms_206417.pdf

ANEXO 1

ANÁLISIS COMPARATIVO DE LOS ESTUDIOS DE CASOS OBJETO DE ESTUDIO

En este Anexo 1 se presenta información comparativa de los cuatro Estudios de Caso realizados en el trabajo de campo (Ferias de Once, Avellaneda, Rivadavia-Flores y Liniers). La información descripta está presentada de acuerdo a 5 (cinco) Ejes Analíticos que se corresponden con los siguientes aspectos descriptivos: 1) Estructura de la Feria, 2) la Mercadería, 3) los Puestos de venta, 4) los Vendedores y 5) Estructura interna. Regulaciones y extralegalidades.

Este Anexo ha sido utilizado como insumo para los argumentos vertidos en el Informe FERIAS EXTRALEGALES EN ESPACIOS PÚBLICOS DE LA CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES. UN SISTEMA COMPLEJO DE LEALTADES, OPORTUNISMO Y EXPLOTACIÓN AMPARADO POR UN ESTADO EN LAS SOMBRAS.

EJE 1: ESTRUCTURA DE LA FERIA

1.1. Tipología

Todas las ferias analizadas tienen diversidad en su espacio social, presentando áreas centrales y aledañas, por lo tanto, las ferias de Avellaneda, Flores, Once y Liniers no son homogéneas sino que cada una tiene su especificidad.

Once y Liniers son zonas de alto tránsito peatonal y vehicular por ser estaciones de tren y terminales de ómnibus.

Avellaneda y Flores son zonas de alto tránsito peatonal por ser zonas comerciales. Avellaneda es una zona específica de comercios mayoristas textiles, dedicado solo a la venta de indumentaria. El “negocio mantero” aprovecha esta estructura ya instalada y se monta en sus alrededores.

Las Plazas públicas de las zonas de ferias no son afectadas por las mismas, solo las calles (Flores, Once). Tampoco los frentes de escuelas ni de Shopping (Liniers).

1.2. Disposición general de la feria: cantidad, tipo y ubicación de los puestos

Las ferias no son homogéneas en la cantidad de puestos que están establecidos en ellas. Avellaneda y Once son las ferias de mayor concentración de puestos, presentando una alta densidad en la ocupación del espacio público y registrándose situaciones de hacinamiento. Flores es la de menor densidad de puestos.

Las ferias no son homogéneas entre sí en relación al tipo de puestos que despliegan. La morfología desigual exhibe el grado de enraizamiento respecto del lugar físico que ocupan, indicando distintos grados de afianzamiento, basados en la antigüedad de su instalación en el espacio físico.

Once, que es la feria más antigua, presenta puestos tipo feria regulada, stands fijos y móviles, caballetes y tablas para la exposición de los productos, siendo notorio que casi no tiene “mantas” en sus zonas centrales. Liniers, tiene una conformación distinta según las zonas de feria; en el área central, se observan puestos fijos frente a locales, mientras que en las áreas aledañas, mantas y objetos en el piso. En Avellaneda y Flores mayoritariamente se observan mantas en el piso.

En cuanto a la ubicación de los puestos, en todas las ferias las ubicaciones preferenciales son las esquinas, las ochavas y la cercanía a las terminales de medios de transporte público (trenes y colectivos).

Por último, la situación de limpieza e higiene del espacio público está de acuerdo con el flujo de público y la densidad de ocupación del espacio; en todas las ferias es detallada como insuficiente por la cantidad de desperdicios diarios que generan los puestos y la afluencia de público que transita esos espacios.

1.3. Horarios de funcionamiento de la feria

Todas las ferias atienden de lunes a sábado. Se registra un horario extenso (8.00 a 18.00 hs, en el rango de la actividad comercial) Antes de las 8.00 hs de la mañana y después de las 18.00 hs. de la tarde, se utiliza el tiempo en el armado de la feria (de 5.00 a 8.00 hs.) y en el desarmado de la misma (de 18.00 a 19.00 hs). Se trata de un movimiento diario complejo y secuencial, repetitivo todos los días de la semana, excepto los domingos.

Solo en Once, en el área de la terminal de trenes se observan puestos que son atendidos durante las 24 horas, con presencia permanente de personal en varios turnos.

De acuerdo al predominio del tipo de relación laboral, son los horarios fijados por los dueños de puestos; siendo más flexibles en el caso de los trabajadores cuenta propia.

1.4. Tipos de clientes: afluencia, características, perfiles de clase

El público asistente/comprador es acorde al tipo de zona vinculada al comercio de reventa y/o de consumo personal, si es de alto tránsito comercial como Avellaneda, (con su especificidad en el rubro textil) o Flores; si es de alto tránsito peatonal por ser zona de traslado de transporte (Once, Liniers).

Todo el público comprador es perteneciente a estratos medios bajos, ya sea del barrio donde está la feria o de otras zonas (barrios de CABA, conurbano bonaerense). Solo en Avellaneda se observan comerciantes del interior (de otro nivel económico y estrato social). Flores es el espacio ferial que menos grado de estructuración tiene y por lo tanto su público comprador es más heterogéneo. En Once se observa poca gente comprando, mientras que en las restantes ferias se observa más actitud de compra, sobre todo en Liniers, donde el público comprador es específico y va a la búsqueda de los productos y servicios que allí se ofertan.

1.5. Presencia de “amenazas”: policía, agentes municipales, inspectores

En una primera descripción, basada en las observaciones realizadas en los espacios feriales, no se registra que la presencia policial (Federal o Metropolitana) sea conflictiva y/o amenazante.

En Avellaneda no se registra mucha presencia a simple vista. En indagaciones en profundidad realizadas a posteriori, aparece la existencia de una “brigada” que recauda fondos mientras que en Flores se observa un vínculo de “convivencia amigable”.

En Once, también aparece “la Brigada”, ente que no se sabe con claridad si pertenece a la Policía Federal, pero que estaría encargado de recaudar un dinero a los puesteros para garantía de la ocupación del espacio en la calle. Por su parte, en Liniers la mención de la presencia policial está vinculada con la zona central de la feria, no existiendo vínculos con la misma en las zonas periféricas.

EJE 2 – LA MERCADERIA

2.1. Tipos de mercadería predominante

Se observan diferenciales entre las distintas ferias analizadas. En Avellaneda, existe predominio de prendas de vestir, mercadería especializada en relación a su entorno de zona comercial textil; mientras que en Flores y Once, se observa mayor variabilidad de productos (indumentaria, juguetería, marroquinería, misceláneas). Por su parte, en Liniers, aparece la especificidad de los productos alimenticios (comunidad boliviana y peruana) y de la prestación de servicios.

Se observan similitudes entre todas las ferias: Mercadería de industria nacional (indumentaria de tipo “réplica”) y/o de importación china (juguetería, artículos varios). También hay importación de Paraguay (marroquinería en Avellaneda, Once y Flores). Se destaca como aspecto diferencial, la venta de productos alimenticios asociados a las comunidades boliviana y peruana en Liniers.

Respecto a otros “negocios” asociados a la venta de mercaderías y prestación de servicios al público, como ser la prestación de servicios de fletes u otros, en la única feria donde los testimonios recopilados dan cuenta de la existencia de otros negocios asociados con el espacio ferial, es en el caso de Once, donde se hace referencia a la venta de drogas ilegales como mercado paralelo a al estructura ferial.

El detalle de las mercaderías ofrecidas por ferias puede observarse detenidamente en el siguiente cuadro:

Feria	Detalle de mercadería
Avellaneda	<u>Indumentaria:</u> Ropa, mujer/hombre/niños: camisas, remeras, camisas de jeans, pantalones, medias deportivas y de vestir - Juguetes de todo tipo – Anteojos de sol - Gorras - Cinturones - Joyas - Sombreros - Breteles de corpiño (Lo que serian accesorios de mujer) - Shorts de mujer de modal estampado/ calzas de lycra y algodón de baja calidad, imitando marcas conocidas (PRESTIGIO->PRESTIGE) - Camperas de mujer de cuero ecológico - Shorts y bermudas deportivas de hombre - Remeras estampadas de Cars, Ben 10 y Violeta para niños – Billeteras – carteras – relojes - accesorios para celular, auriculares y artículos de electrónica rudimentarios – puestos de comida – accesorios y útiles misceláneas: tijeras, alicates, etc.
Flores	<u>Bijouterie:</u> anteojos, anillos, aritos, cadenitas, relojes, billeteras; <u>Juguetería:</u> muñecos, cartucheras infantiles, juguetes didácticos de madera; juguetes artesanales y juguetes de origen chino; <u>Poli rubro:</u> pilas, linternas, enchufes, relojes, peines para piojos, porta CD, protector tarjeta sube, porta documentos, fundas PC, etc.; <u>Indumentaria:</u> Plantillas, ropa interior femenina y masculina, gorros, carteras, shorts, remeras, calzas, pantalones deportivos, ojetas, zapatillas de jeans, calzado, vestidos; <u>Bazar:</u> bombillas, mates, termos, “Tupper”; <u>Otros:</u> plantas, libros, cremas, pelotas de fútbol.
Once	<u>Indumentaria:</u> Predominio de ropa interior, ropa informal y deportiva, artículos de marroquinería/accesorios y juguetes. Se exhiben corpiños, bombachas, calzoncillos, medias, remeras, pantalones, calzas, gorros, ojetas, billeteras, cinturones, <u>Bijouterie:</u> cadenitas, dijes, pulseras, anillos, anteojos de sol <u>Juguetes de mano:</u> muñecas, peluches, pequeños juegos de mesa. Unos pocos puestos venden <u>artículos para el hogar</u> –metros, enchufes, destornilladores, termos- o <u>alimentos</u> - embutidos o cajas de golosinas.
Liniers	<u>Indumentaria:</u> a) masculina: Pantalones deportivos, tanto largos como cortos, camisetas de futbol, remeras de vestir, musculosas, jeans, buzos o camperas, medias y calzoncillos entre otros. b) femenina: Jeans, polleras, shorts deportivos, calzas, medias, corpiños y musculosas entre otros. Este tipo de mercadería predomina en la zona central de la feria (calle José León Suárez). En la zona que abarca la Avenida Rivadavia, donde se frecuentan más vendedores provenientes de Africa, se ofrecen: cinturones, billeteras, aritos, collares, pulseras, relojes, lentes de sol, entre otros. En los productos alimenticios se ofrecen comidas rápidas provenientes de Bolivia, (puestos ubicados frente a la Estación Terminal de Liniers). Otro tipo de productos que también son habituales son cacerolas, vasos, vajillas, teteras, platos, cubiertos, los cuales por lo general se agrupan dentro de un mismo puesto. También se pueden observar diferentes tipos de servicios ofrecidos a lo largo de la feria como reposición de calzado o lecturas del destino a través de hojas de coca.

2.2. Abastecimiento, depósito y traslado de mercaderías

Las formas del traslado y depósito de mercaderías dan cuenta del grado de estructuración de la actividad comercial en las distintas ferias analizadas. Así vemos la estructura de provisión de los puestos de Avellaneda, en donde hay comerciantes minoristas y otros que concentran grandes cantidades de mercadería en depósitos o locales grandes en la zona. A partir de aquí se distribuye a los vendedores que, o bien pasan a buscar la mercadería que necesitan, o bien salen algunos vehículos que

reparten la mercadería en los puestos de venta, a primer hora de la mañana y a medida que la reposición es necesaria en el transcurso de la jornada laboral. Esta forma de abastecimiento no es observada a simple vista.

Frente a esta situación se observa el traslado cuentapropista individual de Flores y el almacenaje en locales y depósitos de Once, como expresión de distintos grados de acopio de capital. Por su parte, en Liniers se recurre a los vínculos con los locales y al uso de bauleras cercanas a los puntos de venta.

2.3. Mercadería en consignación/ reventa mayorista y/o minorista

En cuanto a las formas de circulación de las mercaderías, las ferias no son homogéneas, depende del grado de acopio de capital y del nivel de reproducción (simple /ampliado) del mismo.

Avellaneda y Once son las ferias que tienen venta y/o distribución mayorista, asociada a su estructura laboral de “dueño” con varios puestos en la calle. En una conversación informal con uno de los vendedores de Anteojos símil Ray Ban, apostado sobre la Av. Avellaneda, el comentario fue que recibía una comisión por la venta de sus productos que los tomaba en consignación de un mayorista. Al final del día debía rendir su mercadería al mismo y de allí sacaba su ganancia.

En Once se observa que la comunidad peruana replica la estructura de venta mayorista. En estos últimos tiempos se han ido desarrollando y consolidando los comerciantes mayoristas del barrio (Once), lo cual ha ido en detrimento de la compra directa en La Salada. Estos mayoristas se han ido imponiendo como una forma más “racional” de abastecimiento a la feria, frente a la modalidad de traslado de mercadería previa, que corría por cuenta de cada puestero. También se observa la existencia de una minoría de vendedores cuentapropistas, siendo estos argentinos y africanos.

Liniers y Flores solo tienen reventa minorista. Flores tiene una estructura cuentapropista de reventa minorista de baja capitalización, mientras que Liniers tiene reventa minorista, mayoritariamente en la estructura de economía individual/familiar de subsistencia.

EJE 3 – LOS PUESTOS DE VENTA

3.1. Especialización de los puestos

Se observan similitudes en todas las ferias analizadas: los puestos son en su mayoría especializados: un solo producto por puesto, excepto los “polirubro” que se encuentran diseminados en Flores, Once y Liniers. Se observa uniformidad en la baja calidad de los productos, en su presencia “repetida” en el conjunto del espacio ferial, en los precios ofertados pero no exhibidos. Se presenta una situación de “saturación de mercadería” en todos los espacios feriales analizados.

En cuanto a la ocupación de lugares específicos o improvisados, se observan diferentes grados de afianzamiento en la ocupación del espacio público. En Once y Liniers, se observan puestos fijos, siempre ubicados en el mismo lugar de la calle. Por su parte, en

Avellaneda y Flores, se observan lugares más improvisados aunque la diferencia de “densidad de ocupación del espacio” hace que sean más fijos en Avellaneda que en Flores. La antigüedad en el trabajo en la calle otorga un mayor grado de fijación de los puestos en el espacio público.

3.2. Gerenciamiento y administración de los puestos

De acuerdo al grado de estructuración de la feria (antigüedad en años, consolidación como espacio ferial, densidad de ocupación del espacio) se observan distintas modalidades:

-donde el grado de consolidación es mayor, se observa la existencia de un entramado social (por la presencia de las comunidades peruana y boliviana) que organiza el espacio, como se ve en Once, Avellaneda y Liniers.

-donde el grado de consolidación es menor, no hay organización del espacio público, estando más vinculado a la venta cuentapropista, como se ve en Flores.

Cabe señalar que Once es un caso prototípico de ambas situaciones, aunque debieran relativizarse el carácter cuenta propia descrito en el espacio ferial de Once; puesto que se registra una autopercepción “cuenta propia” en argentinos y africanos, pero al menos en este último grupo, existe una estructura más organizada que hace “poco viable” esta definición (homogeneidad de los productos que venden, compras mayoristas, etc.).

Respecto a los tres tipos de actores que trabajan en la feria de Once (los dueños cuentapropistas, los dueños con empleado/s o ayudante/s y los empleados y ayudantes) es preciso introducir una diferencia entre las distintas comunidades. Los vendedores pertenecientes a la comunidad peruana han introducido el uso de fuerza de trabajo contratada, situación que prácticamente no ocurre entre los africanos y los argentinos.

Cabe señalar que los individuos pertenecientes a la comunidad peruana, en cuanto a sus posibilidades de obtención de un espacio, gozan de una ventaja competitiva, debido al empleo de esta fuerza de trabajo contratada. Por el lado de los empleados, éstos siempre tienen la posibilidad de abandonar el puesto en el cual trabajan (generalmente cobran diariamente), y llevar a cabo la apropiación o disputa del espacio que se desocupa. Además, su experiencia y conocimiento del funcionamiento de la feria y de los “códigos” del lugar los vuelve particularmente aptos para librar esa batalla. En cuanto a los dueños, la delegación de tareas (fundamentalmente la atención del puesto) los libera para acometer, en cualquier momento, esa apropiación o disputa. Por eso esta característica de la modalidad de explotación que han desarrollado los peruanos goza de una ventaja comparativa que puede sumarse a las razones que explican su mayor crecimiento a lo largo de los últimos años.

3.3. Posibilidad de venta, préstamo, alquiler de los puestos

En todas las ferias analizadas, el único factor que parece respetarse con gran peso es la antigüedad de la ocupación de los lugares en el espacio público.

En Once se observan diferentes actores, con distintos acopios de poder económico y social que disputan el espacio, dirimen lógicas de apropiación y legitimación del lugar que ocupan en forma que se podría denominar “autorregulada”. Por otra parte, representado generalmente por vendedores de nacionalidad peruana, el ingreso a la feria es posible pagando por el espacio. Esta situación ocurre usualmente, cuando el objetivo es ser *dueño* de varios stands; para lo cual se abonaría un pago por la apropiación del espacio en la calle a la *Brigada*. Luego se abonaría a la misma organización una cuota semanal a modo de “alquiler”, según pudimos indagar, cuyo monto oscila dependiendo del tamaño del puesto, de la cantidad de stands que maneje el *dueño* (entre dos y cinco es lo típico al parecer) y de lo recaudado durante la semana. Según la información recabada, el valor fluctuaría a noviembre de 2014 entre los 500 y 700 pesos semanales por puesto, siendo valores indeterminados, abiertos a la contingencia de la negociación.

Si bien existe en Once la modalidad del alquiler, no es la que prevalece, ya que la tenencia del espacio se apoya en un reconocimiento de palabra, bastante precario. Cuando se da, se arregla diariamente. O sea, por un lado se respeta el principio del primer ocupante, se lo reconoce como el dueño, pero esto da lugar a un tipo de tenencia del espacio muy lábil, que requiere la presencia física personal para revalidar casi a diario ese título. Cabe señalarse que una ausencia medianamente prolongada, realmente puede poner en cuestión la legitimidad de esa tenencia y dar lugar a disputas.

En cuanto a los valores de los puestos, se trata de una variable de difícil captación en los testimonios recopilados. Se estima la existencia de diferentes valores de acuerdo a la densidad de ocupación del espacio, cuanto más ocupado esté el espacio, más caro será el pago de un lugar en el espacio público.

3.4. Variación en la disposición de los puestos de acuerdo a los días de la semana

En general, se trata de puestos fijos, pero hay situaciones en los que la feria “se incrementa” los días sábados, por distintos motivos, con la presencia de vendedores “afluentes” en esos días.

Es el caso de las ferias de Avellaneda y de Liniers, que “crecen” los días sábados. En Avellaneda, el día sábado es el de mayor concurrencia de clientes, por lo tanto también de vendedores que hacen proliferar sus puestos y casi se duplican en cantidad respecto de los días de semana. Pareciera que no hay control alguno de los espacios y los lugares donde cada uno se asienta, sin embargo, los que siempre están durante la semana, permanecen en sus lugares habituales, los que únicamente arriban los sábados se van instalando en las cuadradas subsiguientes y las transversales a la Av. Avellaneda, haciendo que la feria se extienda hacia los lados, desbordando las veredas.

EJE 4: LOS VENDEDORES

4.1. Perfil sociodemográfico

En cuanto al perfil de edad, se observan similitudes en todas las ferias: La distribución por edad de los vendedores se concentra en adultos jóvenes entre 25 y 45 años en su

mayoría. No se observa mucha presencia de niños, aunque sí estructuras familiares en la atención de los puestos en Avellaneda y Liniers (comunidades peruana y boliviana).

Por su parte, la distribución por sexo varía entre las distintas ferias y de acuerdo a los productos que se venden (indumentaria femenina y masculina “vendida” por mujeres y hombres respectivamente) en las ferias de Flores, Avellaneda, Once y Liniers. Una característica observada en todas las ferias, es que los africanos son todos varones.

El perfil migratorio otorga similitudes entre: Avellaneda, Once y Liniers, por la presencia de la comunidad peruana y diferencias en Liniers, por la presencia de la comunidad boliviana y Flores, donde predominan los argentinos. Por su parte, los africanos están presentes en todas las ferias, pero siempre en número minoritario.

Existe entre los sujetos que integran las ferias distintos roles claramente asignados, grados de parentesco que se identifican y relaciones de poder que se observan en las interacciones cotidianas, se juegan una serie de valores y tradiciones que permanecen desde sus países de origen y son trasladadas a las nuevas generaciones. Por ejemplo, en Avellaneda, Liniers y Once, la forma de vender y de exponer su mercadería remite a las ferias del trueque y las artesanías incaicas, la forma de hablar, las palabras utilizadas, las tradiciones encarnadas en la religión, las comidas y la música que se comparten y crean un ambiente especial que remite a la idiosincrasia andina.

La mayoría de los vendedores pertenecientes a la comunidad peruana y boliviana se instala con familiares ya establecidos en el país, otros se hospedan en pensiones o departamentos cercanos a la zona de la feria, que comparten con otra gente en igual situación, como un primer paso hasta poder instalarse en un lugar propio. En un principio, consiguen trabajos formales y parecen insertarse laboralmente, pero luego hay un vuelco en sus trayectorias laborales marcadas por sus experiencias de vida que parecen conducirlos hacia un destino incierto. Entre los factores que perturban el ritmo de vida y las trayectorias laborales de estos actores son: enfermedades, familias, crianza de los hijos, estudios, etc. Sus trayectorias laborales se ven vulneradas lo cual les lleva a alejarse aún más y más del mundo formal del trabajo. Los caminos recorridos siguen el camino inverso, lo cual los lleva a caer en la informalidad del trabajo de la feria.

Por último en cuanto a la vestimenta y aspecto general de los trabajadores, se observan similitudes en todas las ferias: todos los vendedores visten ropas sencillas e informales para el trabajo callejero y en jornadas laborales diarias de larga duración. Sin embargo, los africanos se distinguen porque cuidan todo su aspecto y vestimenta.

4.2. Relaciones laborales y niveles de ingreso

En cada feria se observan distintos perfiles migratorios asociados a la existencia de diferentes tipos de actores que componen la feria, siendo la nacionalidad el factor diferencial entre ellos: la racionalidad económica de africanos, argentinos, peruanos y bolivianos se presenta diferenciada y aparece como un elemento clave a la hora de desplegar las prácticas de subsistencia y/o estrategias de acumulación de cada actor.

En relación al grado de independencia de los vendedores, en Avellaneda y Once se observa cierto grado de relación entre “dueños/distribuidores” y “empleados” en base

a relaciones de patronazgo mientras que en Flores se observa el carácter independiente y/o individualista de los vendedores; por su parte, en Liniers, predominan los vínculos familiares. No parece registrarse en las ferias de Flores y Liniers situaciones en donde haya personas que sean “dueños” de más de un puesto, por fuera de las comunidades peruana y/o boliviana.

Los niveles de ingreso dependen de la relación laboral. En los casos en que se relevan cifras, se da cuenta de: a) niveles de ingreso de subsistencia, y b) complementariedad de ingresos con otros ingresos familiares. En el caso de los vínculos de comunidad (peruana, boliviana) no se distingue el cobro de un salario y/o el pago en dinero. Mientras que en el caso de los trabajadores cuenta propia, los ingresos son reducidos, en relación al capital individual invertido.

Las entrevistas realizadas con los manteros de Avellaneda revelan que existen empleados que son contratados por los Patrones (Distribuidores) para que vendan su mercadería en la vía pública, estos empleados son elegidos al interior de la comunidad normalmente, se les realiza un contrato informal escrito con normas básicas de contratación para trabajar de lunes a sábados de 8 de la mañana a 17 horas por un sueldo promedio de \$ 1000 (a enero de 2015) más un porcentaje de comisiones según el producto y el mercado. También incluye la protección y la provisión del espacio público y los materiales de trabajo, obviamente este contrato carece de validez legal y no incluye coberturas y aportes patronales; mientras todo va bien, no surgen mayores inconvenientes, el problema se suscita ante incumplimientos por una de las partes, normalmente el empleado, por inasistencia, enfermedad, o mala predisposición, reclamo de mejores condiciones laborales, etc.

En cuanto a las ganancias en el caso de Once, dentro de los puestos mejor ubicados, oscila en torno a los 1000 pesos diarios, rondando, las ventas en bruto, entre los 4000 y 5000 pesos diarios (a enero 2015). La ganancia neta oscilaría entre el 20 y el 30 % de lo invertido. En este sentido, por diversas razones, los peruanos, al menos respecto a los argentinos, están dispuestos o tienen la posibilidad de vender a precios más bajos, obteniendo porcentajes de ganancia por artículo vendido también más bajos. Esta capacidad para resignar un mayor porcentaje de la tasa de ganancia por producto podría remitirnos también al tipo de explotación que desarrollan: empleando fuerza de trabajo contratada. Esto les permite extender los horarios de atención, disminuir los días de cierre y, de ese modo, compensar esa pérdida. Respecto a los empleados, es muy difícil obtener información directa, pero en general se les paga a diario, o a lo sumo semanalmente, y la cifra rondaría los 200 pesos diarios (a enero 2015).

Por otra parte, en el caso de Once y respecto a las expectativas, en general, los dueños de los puestos de la comunidad peruana, si les va bien, no tienen en mente dedicarse a otra actividad, ni siquiera comercial (como sería pasar a alquilar un local por la zona). La feria les provee un ingreso que difícilmente podrían obtener en otros trabajos, teniendo en cuenta que provienen de sectores bajos de un país con altos índices de pobreza. Esto no impide que los alcance ese clima general de incertidumbre que generan las actividades no del todo legales, viviendo muy al día, sin grandes proyectos o expectativas, entendiendo que ese vivir al día puede extenderse indefinidamente.

En cuanto a la percepción predominante en la feria de Flores, se trata de sectores de subsistencia que ante distintas adversidades correspondientes a la historia personal de cada uno, buscan la mejor manera de sortear los obstáculos que la vida les presenta; observándose con claridad que la actividad de venta es un “trabajo refugio”. Al ser expulsados del mercado formal de trabajo por la heterogeneidad estructural que caracteriza al país, se ven reducidos al trabajo precario e informal. La venta callejera, a través de la reventa de distintos tipos de mercadería, es una más de las estrategias que estos sectores desarrollan para subsistir.

4.3. Estrategias comerciales

En muchos de los casos predomina un ciclo comercial que puede describirse de la siguiente forma: arribo – obtención de mercadería - inicio y toma del espacio – transferencia a nuevos familiares/miembros de la comunidad, se repite y así van rotando vendedores dentro de un mismo núcleo que mantiene el espacio y el capital para continuar con la cadena de comercialización. Suponemos que, cuando ya no hay mas arribos y transferencias dentro de la familia nuclear o la familia extendida, se genera un nuevo actor social de características empresariales mediante la venta o locación del lugar a terceros de la misma colectividad que inicia el proceso nuevamente, lo que da a entender porque es tan importante la antigüedad ya que con el tiempo y el sacrificio de haber estado y permanecido se estaría pagando un derecho de piso importante que no se está dispuesto a regalar.

Es posible realizar un contraste entre los vendedores que ven en la venta callejera una potencial fuente de ganancias, y para ello movilizan estrategias de compra de grandes cantidades de mercaderías, para luego emplear a personas que, por poco dinero, vendan su mercadería en varios puestos distintos. En estos casos, comienza a darse un proceso de acumulación y de márgenes mayores de ganancia, lo cual permite generar un proceso cíclico de circulación de dinero, compras de mayor cantidad de mercadería y maximización de ganancias, como es el caso de las ferias de Avellaneda y Once.

En el caso de los vendedores de Flores, no hay una visión de este tipo, sino más bien una forma de supervivencia, que se puede comprobar en el hecho de que en ninguno de los casos relevados se proyecta la posibilidad de adquirir más puestos, con empleados a su cargo, y con mayores adquisiciones de mercadería. Lo que prima es la necesidad y la posibilidad de trabajar con tranquilidad.

En cuanto a las estrategias comerciales de venta en sí mismas, en las ferias de Avellaneda y Liniers se observa una actitud, como “si no importara la venta” por parte de los vendedores que son empleados; mientras que en Flores donde el perfil de vendedor es de cuentapropista independiente, se observa una actitud más proactiva hacia la concreción de las ventas.

En el caso de Once, cabe mencionar la particularidad que introduce la modalidad de explotación introducida por los peruanos, estableciéndose una diferencia muy marcada entre la actitud de los dueños y de los empleados. La actitud de los dueños es decididamente mas “agresiva” en lo comercial. Ofrecen los productos, proponen ofertas, regatean, etc. Los empleados tienen una actitud marcadamente más pasiva.

En cuanto al manejo del dinero correspondiente a las operaciones comerciales realizadas en las ferias, se observa el mismo mecanismo en todas ellas: se trabaja sólo en efectivo, teniendo un resguardo personal en riñoneras, carteras y/o bolsillos, y manejando pequeñas sumas de dinero.

4.4. Relación entre los vendedores

Se observan vínculos ambivalentes entre los vendedores en todas las ferias:

a) Primacía de la solidaridad y la colaboración mutua como “vendedores en la vía pública” frente a amenazas externas (la policía, los inspectores, los comerciantes establecidos en locales)

b) Disputas y competencia, sobre todo por la falta de respeto a los “códigos” como ser no vender lo mismo en la misma cuadra, no vender lo mismo que el comercio instalado enfrente, no respetar el tiempo de antigüedad en la calle. Existe un pacto tácito de no competir entre los vendedores callejeros y los comercios. Se detecta además, una retórica de cierta “ética” que es preciso no romper con el fin de garantizar la armonía entre estos dos actores.

En el caso de Once, en cuanto a solidaridad e individualismo se puede establecer la siguiente gradación. Los africanos constituyen la comunidad más solidaria, lo cual se aprecia incluso en una de las modalidades de ingreso en la feria (cediéndose el lugar por unas horas). Los argentinos se ubican en un término medio, facilitándose algunas cosas menores, como cambio o cuidándose los puestos. Los dueños de puesto peruanos se posicionan en el otro extremo, rigiéndose por un individualismo bastante exacerbado y hostil que llega, en algunos casos, a ni siquiera proporcionarse cambio o cuidarse el puesto mutuamente con algún vecino de la feria. Esta lógica de desenvolvimiento no se hace extensiva a los empleados, dado que se encuentran condicionados, al menos mientras los dueños se encuentren en el puesto.

EJE 5 – ESTRUCTURA INTERNA. REGULACIONES Y EXTRALEGALIDADES

5.1. Estructura de control del orden interno. Presencia de patrones, coordinadores, líderes, delegados.

De acuerdo al grado de estructuración como organización social de la feria (estructura en base a relaciones de comunidad y/o de vendedores cuenta propia) se registra la presencia de “líderes/delegados” en cada feria.

Así, Avellaneda y Once cuentan con “coordinadores y “delegados de cuadra” respectivamente, mientras que en Flores no se registra ninguna figura coordinadora y en Liniers se observa la existencia de una “persona que cobra” en su zona central.

En Once “los delegados de cuadra” únicamente desempeñan una función cuando por algún problema específico se logra unificar una demanda en particular hacia las autoridades locales entre la mayoría de los puesteros. Esto sucede, casi exclusivamente, con los operativos policiales de desalojo o la incautación de la mercadería. En estos casos los delegados son electos por los feriantes y suelen llevar

sus demandas a la Legislatura. Pero concluida su gestión, dejan de cumplir funciones y su condición de representantes se diluye hasta casi desaparecer.

En Avellaneda se puede hacer referencia a la presencia de patrones y coordinadores. Se es “patrón” en relación a otro subordinado que deviene empleado y a quien se le paga un sueldo por trabajar vendiendo la mercadería propia. Los “coordinadores” son personas que llevan mucho tiempo en la feria, inclusive, algunos de ellos son los primeros en haberse instalado. Estos coordinadores se ocupan de controlar que no haya incorporaciones repentinas a una cuadra, es decir, que personas externas a la feria no se instalen sin mediación previa. Es decir, se ocupan de garantizar que los puestos se respeten para quienes se encuentran trabajando allí regularmente. Para ello, cobran un monto (mensual) que es de alrededor de \$400 (a enero de 2015). De existir vínculos entre la red de manteros que ocupan el espacio público en la feria con la policía, estos coordinadores son personajes que tendrían mucho que ver con esa relación, pero las entrevistas y observaciones realizadas no permiten inferir demasiado. En cambio, al entrevistar a comerciantes formales de locales, ellos nos han proporcionado testimonios que indican que la policía cobra montos a estos coordinadores por permanecer en la zona.

En Liniers se observan dos zonas claramente establecidas en la feria donde los factores históricos y étnicos juegan un rol fundamental. Por un lado la zona principal, compuesta por la comunidad boliviana, la cual estaba establecida desde antes que aparezcan los primeros puestos en vía pública; ésta es la zona que presenta una estructura altamente definida, en donde las ganancias obtenidas por la venta de sus productos son proporcionalmente mayores a las que se obtienen en la zona periférica, por lo que es más preciso identificar un sistema de cobro que involucre a la mayoría de sus integrantes, los cuales si bien se arreglan cada uno por su cuenta, no están desinformados en cuanto al destino del pago que los involucra en conjunto. Por otro lado se encuentra la zona periférica, compuesta tanto por la comunidad africana, como por peruanos y argentinos, con una organización estructural diferente. Cada integrante mantiene un vínculo con el propietario del establecimiento de la vereda, y en base a una especie de acuerdo mutuo, se instalan con su puesto cumpliendo las normas requeridas por el propietario, entre las cuales la de mayor importancia es la de no vender productos que coincidan con los del propietario. Entre estos individuos no se registran pagos por alquiler.

5.2. Organización extralegal. Vínculos con la policía, inspectores municipales u otros agentes públicos.

Se observan situaciones diferenciales de acuerdo a la estructura organizativa de cada feria, asociada con su antigüedad y con la estructura interna de la misma.

En Avellaneda se pudo observar, mediante el intento de generar un espacio propio como vendedor ambulante, una situación no registrada a simple vista en las observaciones ni en las entrevistas en particular. La respuesta recibida tanto por parte de los comerciantes como de los vendedores apostados en el lugar fue que “no era posible establecerme ya que el espacio ya estaba ocupado por otra persona”. A su vez me indicaron “algunos consejos” que se basaban en la posibilidad de tener un padrino o contar con la asistencia de un encargado al cual pudiera responder en caso de

“necesidad”. Cuando decidí preguntar dónde podría encontrar a quien era el responsable de la cuadra, me remitieron a un comerciante de la zona que se encargaba de la mercadería y de la custodia del espacio público. Este procedimiento da cuenta de un doble standard en cuanto a las relaciones que se dan en la feria, por un lado la apariencia de una libertad de utilización del espacio y de trabajo, pero por otro, una organización que roza lo delictivo, ya que opera en un sentido extra-legal, brindando seguridad y protección a cambio de efectivo y/o trabajo informal. Esta red, de acuerdo a lo que pude indagar con los vendedores vecinos, remite en última instancia al Comisario de la zona y sus tentáculos, entre los coordinadores (supuestamente Policías de Civil que pasan a recaudar una vez cada mes) y los Comerciantes Mayoristas.

La relación entre cobradores y policías resume mucho de las relaciones internas de la feria en cuanto a regulaciones y extra-legalidades, del modus operandi de los Coordinadores (Policías de Civil). Entendemos, por comentarios de los vendedores, que estos remiten directamente al Comisario que ante cualquier negativa a colaborar, siempre aparece la amenaza de enviar a “la brigada”, la cual es la garantía de última instancia para disciplinar y mantener el control sobre la zona. Estos coordinadores también recaudan a partir de mantener un contacto fluido con los “Patrones”, solo que tratando con una sola persona que emplea a varios manteros y le brindan seguridad y permanencia en el espacio físico a todos sus dependientes.

En Flores no se paga por la ocupación del espacio en la calle. No se ha desarrollado un esquema de pagos o coimas a la policía ni a organizaciones extralegales que centralicen la administración de los puestos de venta callejera, esto en base a los bajos niveles de acumulación y de ganancia de esta feria, en donde la estrategia comercial es de supervivencia cuentapropista.

En Once se registra la existencia de una entidad que surge como nexo entre los feriantes y la Policía Federal, denominada “la brigada”. De acuerdo a los testimonios es “una fuerza perteneciente a la Policía Federal”, cuya función es la de cobrar el alquiler de los puestos, para lo cual envía a un civil que ejerce de cobrador. Actúa como último garante del orden ante situaciones de conflicto por el espacio o por la similitud de la mercadería que se vende. Es convocada por quienes poseen lazos con la misma. Su intervención es como mediadora del conflicto, no actúa de forma imperativa, dado que no es reconocida por todas las partes.

Por otra parte, los vendedores también mencionan las decisiones de los fiscales, que en ocasiones mandan hacer un allanamiento en algún depósito o imparten alguna directiva a la comisaría para que realice alguna acción (como por ejemplo, despejar la vereda en la que hay un colegio).

En Liniers, su funcionamiento está organizado en un sistema de cobro del cual no se especifican actores, caracterizados como “sujetos que pasan y cobran” Estos arreglos se hacen con el dueño del local o de la vivienda cercana al puesto. Este es un método de cobro diferenciado según las distintas áreas de la feria, que aparece como una organización más estructurada en la zona central.

Cabe señalar que La figura de la Policía Metropolitana aparece siempre ligada a una función represiva, como una amenaza de desalojo o incautación de la mercadería, pero

no participa del “negocio”. En este punto coinciden todos los entrevistados de todas las ferias.

5.3. Conflictos entre vendedores en la calle y comercios establecidos

Se observan situaciones diferenciales de acuerdo a la estructura organizativa de cada feria analizada.

En Avellaneda, se observa que la primera negociación de los manteros por el espacio físico es con los comerciantes, ya que siempre se ubican en los frentes de algún local comercial. Luego de probar y resistir con su presencia los embates del entorno, se da una relación que necesariamente tiene que estar avalada por el comerciante, dado que incide directamente en el frente de su local. Esta negociación puede llevar horas, días o meses, de acuerdo a la predisposición de uno y la resistencia del otro. En algún punto los comerciantes ceden, aduciendo que no pueden quitarles el sustento a esta gente, lo que no significa que estén totalmente de acuerdo con esas prácticas, ya que aducen que ellos pagan sus impuestos y tienen todo en regla, por lo que reclaman una protección más férrea del Estado.

En respuesta, los manteros sostienen que hay comerciantes más predispuestos a permitir que ellos puedan trabajar y entablan relaciones de convivencia pacífica, habiendo otros que directamente no permiten se instalen y reaccionan en algunos casos violentamente para mantener sus frentes libres de ocupantes, recurriendo a tácticas como poner sus propios productos en la vía pública o la existencia de canteros de cemento o estructuras móviles de hierro) con la función de limitar el espacio disponible para ser usado por los vendedores callejeros.

En Flores, se resuelven por acuerdos de negociación o “códigos”: no vender en la manta la misma mercadería que el comercio instalado, no vender la misma mercadería en varios puestos de la misma cuadra, respetar las antigüedades de trabajo en la calle. También se registran situaciones de acuerdos puntuales entre negocios instalados y puestos callejeros, como por ejemplo respetar el horario de cierre bancario antes de comenzar a vender en la puerta del banco.

En Once, la feria funciona como un sistema de acuerdos en constante disputa. La fuerza física es uno de los mecanismos regulatorios entre los africanos y los argentinos, mientras que la negociación es el mecanismo utilizado entre los peruanos. Los peligros externos relevados son la posibilidad de desalojo por la Policía Metropolitana y “el apriete de la Brigada” para quienes no negocian el pago de coimas; mientras que los peligros internos son los conflictos con otros vendedores, de locales y/o nuevos de la calle.

En Liniers, no se hacen referencias a situaciones conflictivas, mediante el respeto de las normas de antigüedad se logra una “convivencia” entre locales establecidos y vendedores callejeros.

5.4. Funcionamiento y regulación de los conflictos

Se observan diferenciales de regulación de conflictos en las distintas ferias, de acuerdo a su grado de organización interna.

En Avellaneda hay relaciones ambivalentes entre los comercios instalados y los puesteros, tal como se han descrito en el punto anterior. En Once se registra una relación tensa con los comerciantes instalados por similitud de mercaderías y ocupación de la vereda “propia”.

En Flores y en Liniers se observan relaciones de tipo asociativo en cuanto a reglas de solidaridad y de competencia “leal” en base a códigos comunes a respetar. Cabe señalarse que los feriantes de Flores mencionan una valoración particular respecto de la feria de Avellaneda. En este sentido, los feriantes de Flores argumentan que la existencia de la feria de Avellaneda constituye un elemento central en la tranquilidad y flexibilidad que caracteriza a su feria.

El foco de conflicto en todos los aspectos (inspecciones municipales, contravenciones, delitos) es la feria de Avellaneda, situación que “invisibiliza” lo que ocurre en la feria de Flores, permitiendo que sea un espacio “más tranquilo” para trabajar en la calle.

ANEXO 2:

PRESENTACION DE LA INFORMACION PRIMARIA CORRESPONDIENTE A LA COMPOSICION, ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DE LA FERIA DE ONCE

Este Anexo está compuesto por dos aspectos diferenciados:

En primer lugar se presenta la Estructura de la Feria como estudio de caso abordado

En segundo lugar, se presenta la caracterización de los trabajadores de dicha feria y de sus trayectorias sociales.

Cabe aclarar que el trabajo de campo fue realizado por encuestadores especializados en la temática entre los meses de octubre 2014 y enero 2015.

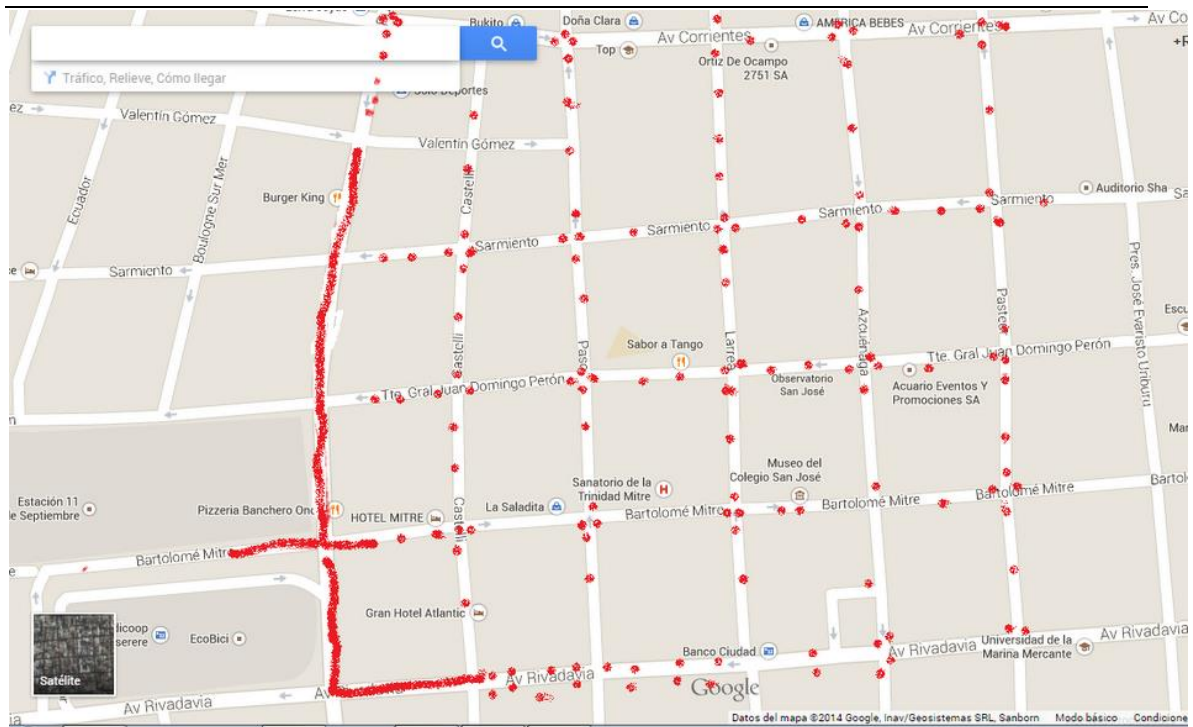
PRESENTACION DE INFORMACION PRIMARIA SOBRE ESTRUCTURA DE LA FERIA

1- ESTRUCTURA / COMPOSICIÓN DE LA FERIA

Esquema general de la feria identificando la localización (calle donde se encuentra e intersecciones) tratando de establecer su extensión a lo largo de la/s cuerdas. Identifique en el mapa su topografía social: diferentes segmentos, tipo de puestos, vendedores, clientelas, organización, ambiente, etc.

CARTOGRAFÍA:

La feria, según pudimos delimitar, abarca el radio de Av. Rivadavia, Pueyrredón, Av. Corrientes y Pasteur. A continuación en el mapa puede apreciarse la distribución de puestos y extensión de la misma:



Las líneas expresan la mayor concentración de puestos. Los puntos la menor densidad.

Se podrían señalar dos aspectos notorios que caracterizan a simple vista la identidad de la venta en la vía pública en Once: su condición de barrio comercial, y, en torno a la estación de tren, su carácter de lugar de tránsito masivo, de paso, potenciado por su condición de centro neurálgico de medios de transporte, propio de todas las grandes terminales. Esas cuadras de la feria, sobre todo las de Pueyrredón, que son el epicentro de la misma, revisten ese doble carácter. Exacerbado por la informalidad de los puestos y el hacinamiento en las veredas, debido a la escasez de espacio. Por lo tanto, el clima general que predomina es ese ritmo nervioso, acelerado, de las estaciones. Si bien frente a la Plaza Miserere, sobre Pueyrredón y sobre Mitre (la vereda de la estación), existe una alta concentración de stands, sobre la plaza no hay puestos, sólo pequeños locales de venta de comida o productos comestibles. Tampoco se encuentran instalados puestos sobre Jujuy. Aparentemente, existe algún tipo de regulación al respecto.

Las cuadras de mayor concentración de stands son las de Pueyrredón que van desde Rivadavia hasta Valentín Gómez (excluyendo la de la plaza). Las dos veredas de Pueyrredón entre V. Gómez y Corrientes tienen algunos puestos hasta la mitad de cuadra (las mitades de V. Gómez), después, hasta llegar a Corrientes, casi no hay stands, salvo algunos, muy distanciados y que parecen menos establecidos, más provisorios.

Los días de semana por la mañana, alrededor de las 10 hs., la feria aún no se encuentra totalmente instalada, y pueden apreciarse algunos espacios libres junto al movimiento de puesteros trasladando su mercadería en los carritos con el fin de asentarse.

Los días de lluvia, si bien suele haber algunos puestos menos, la mayoría se encuentra allí trabajando normalmente, aunque el afluir de gente sea menor. La mercadería la cubren con unas mantas de nylon.

Alrededor de las 19:30 hs. se retira la inmensa mayoría de los puesteros. Cabe destacar, que sobre la avenida Corrientes la mayoría de los vendedores son de origen africano. Asimismo, que suele haber entre cuatro y cinco puestos por cuadra con la mercadería apoyada en lonas sobre el suelo, a diferencia de Pueyrredón donde prácticamente no se ve mercadería sobre el piso.

DESCRIPCIÓN DE SU TOPOGRAFÍA / ESTRUCTURA / CARACTERÍSTICAS:

Descripción de la cartografía. Cantidad aproximada de puestos establecidos. Disposición general de la feria: caballetes con tablas, mantas puestas en el piso, objetos puestas en el piso etc. Frente a negocios particulares, frente a viviendas particulares, en la vía pública. Grado de estructuración o fragilidad. Cuáles el horario de la feria, por qué se atiende en esas horas. Limpieza e higiene del espacio de la feria (existencia de tachos de basura, de personal de limpieza). Tipos de clientes (características / Perfiles de clase). Afluencia. Presencia de amenazas (policías, agentes municipales, inspectores).

La feria se encuentra estructurada por puestos. Sobre las avenidas Pueyrredón y Rivadavia yacen entre 15 y 20 stands por cuadra sobre las veredas predominantemente del lado del cordón, sobre todo si hay negocios. Entre los tipos de soporte para presentar la mercadería predominan las tablas sobre cajones o caballetes. Casi no hay mantas sobre el piso. La zona es comercial, no se ven entradas de viviendas particulares casi.

La disposición frente a los negocios sobre la avenida Pueyrredón no varía; las veredas se encuentran todas ocupadas no habiendo stands sobre la calle. Las esquinas son los lugares donde se concentran más puestos. De hecho, en las cuadras internas – señaladas en la cartografía arriba- éstos se ubican básicamente sobre las esquinas.

El horario de la venta en la vía pública en Once se adecúa a la mayor afluencia de público la cual se da en el horario laboral habitual, por ello la misma, transcurre mayormente de lunes a sábado. Comienza alrededor de las 8 hs., terminándose de instalar la estructura de puestos pasadas las 10 hs. El horario de cierre inicia a las 18.30 hs culminándose cerca de las 20 hs. Así la actividad se extiende de 8 a 20 hs, básicamente. Cabe señalar, que esta franja horaria responde a los puestos señalados en toda la extensión expuesta en el mapa, salvo los stands ubicados en la manzana de la terminal de trenes, los cuales funcionan también durante la noche, es decir, nunca cierran siendo su horario de 24 hs. al día.

En los diferentes días se observa la misma estructuración de los stands. Sólo que cuando llueve quedan los vendedores de las avenidas y de las puertas de acceso a la estación, quienes tapan su mercadería con mantas de nylon o plástico. Los de las calles internas no están. Respecto a la distribución, se perciben posiciones mejores a lo largo de la feria. Esas puertas de acceso y las esquinas son los lugares más codiciados.

Las condiciones de higiene no son buenas principalmente debido al hacinamiento y a la precariedad del establecimiento de los puestos. A estos aspectos se le suman la cantidad masiva de personas que transitan por el lugar debido al movimiento de la estación terminal de trenes y a la zona comercial que lo circunda; la existencia de puestos callejeros de venta de alimentos y locales que expenden comida, todo sin una limpieza y mantenimiento acorde a dicho volumen de actividad. No se ve una adecuada cantidad de tachos de basura, ni personal de limpieza actuando en el grado que requeriría la comercialización y el tránsito presente en el sitio.

En cuanto a la forma general de la feria, el modo de presentar la mercadería, el aspecto de vendedores y clientes, el tipo de productos y la organización, es similar a lo largo y ancho de la feria.

Los clientes se parecen a los vendedores; ese es un rasgo notorio. Es un público de sectores populares, clases de bajo poder adquisitivo podría decirse a simple vista.

Existe un afluyente significativo de personas caminando, sobre todo sobre las avenidas. El andar es cuerpo a cuerpo, sobre las veredas sin bajar a las calles, ya que son vehicularmente muy transitadas.

Pese a la multitud que camina por las aceras, los que compran no son la mayoría. Hay muchas personas que están de paso, transitando, más que de compras. Según la información recabada, respecto al año 2013 las ventas habrían bajado significativamente.

En la cotidianeidad de la feria se evidencia poca presencia *oficial* de la policía tanto de la Policía Federal como de la Policía Metropolitana. Y cuando en determinadas ocasiones puntuales existe la presencia de la misma – sobre todo de la Federal- no es vivenciada como una amenaza. No obstante, según la información recabada y como abordaremos en otros apartados, la presencia de la fuerza pública aparecería de dos formas principalmente: por un lado, como un grupo especial de la Policía Federal al que se denomina *la Brigada* el cual se encargaría de recaudar en dinero una suerte de cuota de alquiler por el uso del espacio; por el otro lado, se presenta la Policía Metropolitana, la cual funciona como un ente implantador del orden público por la fuerza, con la cual no se puede convenir ningún tipo de negociación ni acuerdo *ad hoc*.

Como describiremos más adelante, la relación con *la Brigada* no es homogénea para todos los feriantes. Para algunos es sinónimo de acosos que exigen un pago, una prestación por el uso del espacio en la vía pública y por la venta de productos de procedencia extralegal, fundamentalmente. Para otros es un actor más dentro la lógica de funcionamiento de la feria, como una pieza necesaria del engranaje relacional de la misma, que les permite reproducir su negocio.

2- LA MERCADERÍA:

Descripción de los puestos: fijos, móviles, mantas, etc. Diferencias en las estructuras de los distintos puestos. Tipo de mercadería que venden (juguetes, textiles, anteojos, cinturones, etc.). Mercadería predominante. Origen de la mercadería. Imitación de

marcas. Abastecimiento y traslado de la mercadería. Existencia de depósitos. Mercadería en consignación / reventa cuenta propia o de mayorista.

En relación a la estructura de los puestos, es posible identificar de tres tipos. En primer lugar, los que más predominan en cantidad son los móviles, los cuales se desarman una vez terminada la jornada. Pueden verse a lo largo y a lo ancho de la feria. Los mismos están dispuestos con caballetes o bien con cajas de cartón, las cuales funcionan como base sobre la cual se apoya una tabla o una manta, respectivamente y los productos. En segundo lugar, se hallan las mantas extendidas sobre el suelo que se encuentran en menor medida y particularmente en las calles internas. Por último aparecen los fijos, armados con estructuras metálicas, posibles de visualizar sólo sobre las veredas de entrada a la estación de trenes en las avenidas Pueyrredón y Mitre.

Entre la mercadería predomina la ropa interior, informal y deportiva, los artículos de marroquinería/accesorios y los juguetes. Se exhiben así corpiños, bombachas, calzoncillos, medias, remeras, pantalones, calzas, gorros, ojotas, billeteras, cinturones, bijouterie –como cadenas, dijes, pulseras, anillos, anteojos de sol- y juguetes de mano –como muñecas, peluches, pequeños juegos de mesa. Unos pocos puestos venden artículos para el hogar –como metros, enchufes, destornilladores, termos- o alimentos -como embutidos o cajas de golosinas.

Según la información recabada, es posible identificar dos orígenes de la mercadería fundamentalmente: la importada de china, que consta de marroquinería/accesorios y juguetes y entra al país por Paraguay o directamente por el puerto de Buenos Aires; y la nacional, que se compone esencialmente por vestimenta. También existen distintos tipos de proveedores, entre los cuales se destacan tres: en primer lugar, los locales de venta mayoristas ubicados en el barrio de Once cuyos *dueños* son de origen chino; en segundo lugar, departamentos donde se hallan depósitos, no abiertos al público en general, que venden productos chinos básicamente también de forma mayorista cuyos administradores serían oriundos de Paraguay, Brasil y África, en menor medida. Estos espacios son proveedores de bijouterie, juguetes y artículos para el hogar, principalmente. Por último, otra fuente de abastecimiento está representada por los puestos y los talleres que abastecen a la feria “La Salada” de Lomas de Zamora en la provincia de Buenos Aires y los negocios sobre la avenida Avellaneda en el barrio de Flores de la Capital Federal, que proporcionan de modo mayorista asimismo indumentaria, particularmente de la ropa que se denomina como réplica, que imita de modo extralegal marcas registradas.

Indudablemente en estos últimos tiempos se han ido desarrollando y consolidando los comerciantes mayoristas del barrio (Once), lo cual ha ido, como modalidad de adquisición de la mercadería, en detrimento de la compra directa en La Salada. Estos mayoristas se han ido imponiendo como una forma más “racional” (económica) de abastecimiento a la feria, frente a la modalidad de traslado de mercadería previa, que corría por cuenta de cada puestero.

Respecto a los medios de pago, el desembolso en efectivo aparece como la única forma. Ni el abono con tarjeta de débito o crédito ni la consignación, se presentan de ningún modo como formas usuales o establecidas.

En relación a la guarda de la mercadería es posible establecer dos grandes categorías: quienes guardan sus productos en locales dentro de los paseos de compra en Once y quienes viven en hoteles y pensiones de la zona y la trasladan desde y hasta sus casas todos los días. La forma de acceder al primer modo, puede ser pagando un alquiler, pidiendo prestado o porque se es *dueño* tanto de puestos en calle como de locales en las galerías. Esto depende centralmente de la cantidad de mercadería que se posee diariamente para la venta.

3- LOS PUESTOS:

¿Cada puesto parece tener una “especialización” en la mercadería o se mezclan tipos de productos? ¿Quién y cómo controla/gerencia/administra los puestos y/o los lugares? Forma de organizar y distribuir los lugares. Organización: ¿Los puestos tienen asignado un lugar específico o se improvisan espacios de venta? Posibilidad de vender, prestar, alquilar puestos. Valor del puesto. ¿Se observa la misma disposición de los puestos en los diferentes días en que se realiza la feria?

Cada puesto, en general, tiene una especialización. Las que se destacan son indumentaria, accesorios y juguetería.

A simple vista la mercadería no es de buena calidad. En el caso de la textil está distribuida parejamente entre la que imita marca y la que tiene una marca original, propia. Se repite la misma oferta de cosas a través de los distintos puestos, no habiendo mucha variedad de productos.

En su mayoría no tienen precios a la vista. Sólo algunos escritos en papel de cartulina o papel obra dispuestos sobre los productos. Pero al preguntar entre los distintos puestos de la misma cuadra, los valores de los productos no varían de un stand a otro.

En cuanto a la organización, si bien lo que predomina es la asignación fija de un lugar específico, en principio es posible señalar que no existe una estructura jerárquica, con figuras legitimadas hegemónicamente que dirijan el funcionamiento de la feria. No existen líderes claramente instituidos y validados por el conjunto. Y si bien, es posible identificar delegados por cuadra, tampoco son reconocidos como representantes de intereses corporativos ni cuentan con poder decisión sobre el accionar colectivo. Su quehacer como delegados es difuso, no desempeñan un rol de funciones específicas y útiles.

Los delegados únicamente desempeñan una función, y su accionar es respaldado por el resto, cuando por algún problema específico se logra unificar una demanda en particular hacia las autoridades (generalmente locales) entre la mayoría de los puesteros. Esto sucede, casi exclusivamente, con los operativos policías de desalojo o la incautación de la mercadería. En estos casos los delegados son electos por los feriantes y suelen llevar sus demandas a la Legislatura. Pero concluida su gestión, dejan de cumplir funciones, y su condición de representantes se diluye hasta casi desaparecer.

Respecto a la posesión de los puestos, parece reproducirse la lógica de funcionamiento de cualquier zona comercial donde el espacio físico puede venderse, alquilarse, sub-alquilarse, prestarse. Así, existen, por un lado, agrupamientos de stands que pertenecen a un solo *dueño*. Es decir, quien cuenta con puestos en la vía pública *comprados y/o alquilados* a las fuerzas de seguridad del Estado, como desarrollaremos más adelante. Este *dueño*, puede ser una especie de propietario del espacio físico en la calle y a la vez gerenciador de su negocio, puede alquilar y administrar los puestos él directamente o bien sub-alquilarlos. Por otro lado, existen stands que pertenecen a una sola persona quien ejerce su tarea como cuentapropista, como veremos en la siguiente dimensión.

En realidad la modalidad del alquiler si bien existe, no es la que prevalece, ya que la tenencia del espacio se apoya en un reconocimiento de palabra, bastante precario. Cuando se da, se arregla diariamente. O sea, por un lado se respeta el principio del primer ocupante, se lo reconoce como el dueño, pero esto da lugar a un tipo de tenencia del espacio muy lábil, que requiere la presencia física personal para revalidar casi a diario ese título. Digo “casi a diario” porque se puede faltar un día, pero una ausencia medianamente prolongada, realmente puede poner en cuestión la legitimidad de esa tenencia, y dar lugar a disputas. Esto hace que la modalidad de alquiler mensual pueda representar un riesgo para la condición misma de propietario.

Respecto a los tres tipos de actores que trabajan en la feria (los dueños cuentapropistas, los dueños con empleado/s o ayudante/s y los empleados y ayudantes) es preciso introducir una diferencia entre las distintas comunidades. Los vendedores pertenecientes a la comunidad peruana han introducido el uso de fuerza de trabajo contratada, que suele ser otros integrantes de esta comunidad sin recursos ni otras posibilidades más que emplearse para otros. Esto prácticamente no ocurre entre los africanos y los argentinos.

Por ello, la forma de organizar y distribuir los lugares ocurre de una forma donde diferentes actores con distintos acopios de poder económico y social disputan el espacio, dirimen lógicas de apropiación y legitimación del lugar que ocupan de una forma que podríamos denominar como autoregulada. Se dan enfrentamientos y negociaciones en base a criterios que están lejos de instituirse como normas. Por lo cual, siempre se hallan en cuestión, expuestos al debate y a la pugna. Son reguladores contingentes, más próximos al poder de la fuerza que a la estabilidad que otorga el acatamiento a una regla igual para todos. El único factor que parece respetarse con gran peso, sobre el cual hay un consenso entre los vendedores a la hora de dirimir la apropiación de un espacio, es la antigüedad de la ocupación de los lugares.

Así, existen disímiles estrategias de acceso al mercado. Las mismas pueden diferenciarse según grupos definidos por sus nacionalidades. De este modo, una de las modalidades de ingreso que despliegan argentinos y africanos, es por la fuerza. Ocupar un espacio por el sólo hecho que esté libre y afirmar su posición, atribuyéndose el derecho a instalarse allí por tal motivo. Otra forma que utilizan estos grupos, se da en un contexto de reciprocidad entre los vendedores. Se negocia así el uso de un espacio a partir de la situación de desocupación del mismo cuando algún vendedor decide trasladarse. Muchas veces se llega a un acuerdo mediante el cual se le compra al mismo puestero el sitio que ocupaba. También ocurre, en menor medida, que un

mismo espacio es compartido por dos vendedores, quienes hacen uso de éste en distintos horarios. También, en muy pocos casos, pueden encontrarse quienes acuerdan alternar lugares de venta; así algunos días un puesto puede ubicarse en un sitio y otros en otro, siempre acordado con otro vendedor. Pero como aclaramos, esta última situación es muy inusual, siendo la ocupación directa y la compra a otro vendedor las más comunes entre los argentinos y africanos.

Los individuos pertenecientes a la comunidad peruana, en cuanto a sus posibilidades de obtención de un espacio, gozan de una ventaja competitiva de consideración, debido al empleo de fuerza de trabajo contratada. Esto quizás explica su mayor crecimiento a lo largo de estos últimos años. Por el lado de los empleados (los que trabajan para otro), éstos siempre tienen la posibilidad de abandonar el puesto en el cual trabajan (generalmente cobran diariamente), y llevar a cabo la apropiación o disputa del espacio que se desocupa. Además, su experiencia y conocimiento del funcionamiento de la feria y de los “códigos” del lugar los vuelve particularmente aptos para librar esa batalla. De más está decir la gran motivación que puede tener este grupo, siendo testigo de un negocio bastante rentable que en buena medida lo deja afuera. En cuanto a los dueños, la delegación de tareas (fundamentalmente la atención del puesto) los libera para acometer, en cualquier momento, esa apropiación o disputa. Por eso esta característica de la modalidad de explotación que han desarrollado los peruanos goza de una ventaja comparativa que bien puede sumarse a las razones que explican su mayor crecimiento.

Retomando lo descripto en el eje número dos, pueden señalarse tres tipos de puestos: los fijos, los móviles y las mantas. Esa morfología desigual de los stands, exhibe su grado de mayor fragilidad y/o enraizamiento respecto al lugar que ocupan. Este aspecto observable a simple vista, expresaría a su vez el grado de acumulación y estabilidad que posee ese stand en el mercado. Es decir, un puesto fijo, con una estructura metálica inmóvil da cuenta de una consolidación en el espacio, de un capital económico y social acumulado que le permite establecerse allí de forma permanente. En otra situación se encuentran los móviles, siendo posible diferenciar entre los que presentan la mercadería sobre alguna base de apoyo –caballetes o cajas- y quienes directamente exponen sus productos en el piso sobre mantas. Entre éstos subyacen distintos grados de afianzamiento a la feria de Once en tanto mercado y territorio social específico. Los cuales, como abordaremos a continuación, exhiben a su vez cuán próximo está cada actor en su accionar de una práctica de subsistencia o de acumulación, en función de la estructura y dinámica de posibilidades en las que se halla inserto. De este modo, su hacer expondría una reproducción mercantil simple que no le permite acopiar un capital suficiente para salir de la misma o daría cuenta de distintos niveles de acopio de capital que le permiten entrar en una reproducción ampliada. Está de más señalar, que es compleja la forma en la cual cada “negocio” en la vía pública se posiciona, disputa el espacio, va ganando “derechos de piso”; es un movimiento donde se ponen en juego diferentes rasgos culturales, idiosincráticos, disposiciones económicas, vínculos extralegales con el Estado y con otras actividades económicas de la feria, como podremos aproximarnos en los apartados consecutivos.

4- VENDEDORES: CARACTERIZACIÓN

Edad / Sexo / Nacionalidades predominantes. Presencia de niños con el/los padres. Vestimenta y aspecto general. Trabajador independiente / cuenta propia, relación de dependencia o un mix. Niveles de ingresos. Estrategias comerciales. Manejo del dinero (caja, bolsillo, bolsón). Relación entre los vendedores. Presencia de patrón o de alguien que coordine, controle. Relación de colaboración o competencia entre puestos.

La edad de los vendedores oscila en promedio entre los 30 y 50 años, podría inferirse. Predominan los varones, un 70%, frente a un 30% de mujeres, estimativamente. Hay muy poca presencia de niños, sólo fue posible ver algunos que parecían estar de forma circunstancial. Pudimos ver a uno o dos vendedores africanos con bebés en brazos.

Podemos decir, por fisonomía, acentos y modalidades del habla, que predominan los feriantes peruanos, a los cuales les siguen en número los argentinos y los africanos. Aunque no se cuenta con datos precisos, podría deducirse que los peruanos representan un 70%, los argentinos un 10 %, los africanos oscilan entre el 15 y el 20% y existe menos de un 5% de otras nacionalidades, conformado por uruguayos y bolivianos, sobre todo.

El aspecto general de los feriantes varía. En muchos se advierten ciertos rasgos de clases bajas urbanas marginalizadas. Aquellos que una persona perteneciente a clases medias y medias altas consideraría como un “descuido” del cuerpo y la apariencia personal. Por ejemplo: un sobrepeso producto de una alimentación basada en harinas y grasas y vida sedentaria; las manchas en la piel del rostro y el tipo de arrugas que provoca la exposición excesiva al sol; la falta de piezas dentarias; tatuajes en la piel “caseros”, descoloridos e improvisados.

En cuanto a la vestimenta que usan es deportiva e informal, por lo general, no de marca. Predominan las remeras, chombas, jeans, pantalones de gimnasia, zapatillas, entre los atuendos principales. Cabe aclarar que esta caracterización no incluye a los africanos, quienes cuidan con detalle su imagen personal y atuendos.

El tipo de vendedores se puede clasificar en tres categorías: los *dueños*, los empleados y los cuentapropistas. Como antes introdujimos, ser *dueño* significa una forma de apropiación y uso del puesto en la calle. El aspecto principal que define la institución como tal es la antigüedad que se detenta en la ocupación de dichos espacios. Sin embargo ocurre una diferencia relevante en el modo de acceder, en la manera de mantenerse en el tiempo en dichas ubicaciones y en el volumen de mercadería y cantidad de espacio que se ocupa en la calle. Así, por una parte, los africanos y los pocos argentinos feriantes, generalmente son cuentapropistas de puesto único y pudieron instalarse por sus propios medios, en sitios que se hallaban libres o que algún vendedor estaba dejando, sin entrar en negociaciones, resistiendo la exigencia de pago de la denominada *Brigada*.

Por otra parte, representado generalmente por vendedores de nacionalidad peruana, el ingreso a la feria es posible pagando por el espacio. Esta situación ocurre usualmente, cuando el objetivo es ser *dueño* de varios stands; para lo cual se abonaría un pago por la apropiación del espacio en la calle a la *Brigada*. Luego se abonaría a la

misma organización una cuota semanal comúnmente a modo de “alquiler”, según pudimos indagar, cuyo monto oscila dependiendo del tamaño del puesto, de la cantidad de stands que maneje el *dueño* (entre dos y cinco es lo típico al parecer) y de lo recaudado esa semana, sobre todo. Según la información recabada, el valor fluctuaría a noviembre de 2014 entre los 500 y 700 pesos semanales por puesto. Pero como se indicó, es un precio indeterminado, abierto a la contingencia de la negociación.

Como hemos podido averiguar, estos *dueños* contratan a vendedores para sus puestos en la calle. A los cuales les pagan por día entre 150 y 200 pesos, dependiendo de la cantidad de stands que estén a cargo del empleado. Está demás aclarar, que aunque este tipo de acuerdo se encuadraría en una situación laboral en relación de dependencia, la forma de contratación que predomina es de palabra, sin ningún tipo de acuerdo firmado, no realizándose tampoco los aportes sociales y jubilatorios correspondientes.

Esta precariedad también se expresa en el trato a estos asalariados, a los cuales por lo general no se les permite sentarse, quienes deben pagar por su comida, almorzando en horarios irregulares, no establecidos, utilizando los baños de la estación de trenes o de algún negocio o casa de comidas con los cuales hayan podido entablar un vínculo.

Según nos han explicado, la operatoria diaria en el control del puesto por parte del “propietario” consta de supervisar el armado por la mañana, realizando un recuento de toda la mercadería en exposición, monitorear en algunos momentos del día y regresar por la noche a efectuar el conteo de caja.

Como hemos podido exponer, parece no existir un actor unívoco o más o menos homogéneo al que se denomina “mantero” sino que existen diferentes tipos de actores que componen la feria. Cada uno con rasgos idiosincráticos, culturales y poderes económicos distintos. Un factor a resaltar, que parece como variable de corte de estos aspectos, es la nacionalidad: la racionalidad de africanos, argentinos y peruanos se presenta diferenciada, y aparece como un elemento clave a la hora de desplegar las prácticas de subsistencia y /o estrategias de acumulación de cada actor.

Respecto a la actitud frente al puesto, los feriantes en general están atentos, aunque no de modo alerta o totalmente pendientes de la venta. Así, la presencia ante el puesto en general es bastante pasiva. Se mantienen la mayoría frente a su stand a la espera de la pregunta del posible comprador. De este modo, la modalidad de atención consiste en estar parado detrás de su puesto aguardando a que se acerque algún potencial interesado. No convocan, en su gran mayoría, ofreciendo mercadería. No demuestran ansiedad para lograr la venta. Probablemente esto se deba, a que gran parte de los puesteros son empleados, como explicamos en líneas siguientes

En este punto cabe mencionar la diferencia que introduce la modalidad de explotación introducida por los peruanos. La primera diferencia muy marcada se establece entre la actitud de los dueños y de los empleados. Sin duda la actitud de los dueños es decididamente mas “agresiva” en lo comercial. Ofrecen los productos, proponen ofertas, regatean, etc. Los empleados tienen una actitud marcadamente más pasiva. Esta diferencia se percibe también respecto a los vendedores de otras nacionalidades

(africanos y argentinos), siendo más activa y agresiva en los peruanos (dueños) que en estos últimos.

El manejo del dinero es predominantemente en riñoneras o carteras pequeñas tipo bandolera. En algunos pueden verse anotadores donde van registrando las ventas realizadas.

Entre los vendedores, se dan tipos de vínculos disímiles. Por un lado, pueden notarse lazos de solidaridad. Como cuando se ausentan temporalmente y solicitan a un compañero que le cuide el stand o cuando se piden cambio entre ellos y también en las conversaciones ajenas al trabajo que sostiene. A su vez, muchos se conocen, se llaman por los nombres de pila unos a otros para consultarse algún asunto o pedir un favor. Asimismo cabe resaltar, que en el caso de a los africanos se configura una identidad común, un auto-reconocimiento como “hermanos” –según sus palabras– aunque provengan de distintos países, hablen otro idiomas, profesen diferentes religiones, etc. De este modo, despliegan ciertas prácticas de solidaridad entre ellos y otorgan protección a quienes recién llegan al país, como darles asilo, sugerirles lugares para vivir, trabajar, ayudarlos a ingresar a alguna feria.

Por otro lado, existen situaciones de conflicto. Dos tipos de rispideces las ocasionan, principalmente: la disputa por el espacio y el enfrentamiento por la competencia ante la venta de productos iguales en stands contiguos.

En cuanto a solidaridad e individualismo podríamos establecer la siguiente gradación. Los africanos constituyen la comunidad más solidaria, lo cual se aprecia incluso en una de las modalidades de ingreso en la feria (cediéndose el lugar por unas horas). Los argentinos se ubican en un término medio, facilitándose algunas cosas menores, como cambio o cuidándose los puestos cuando por alguna circunstancia deben apartarse de éste. Los dueños de puesto peruanos se posicionan en el otro extremo, rigiéndose por un individualismo bastante exacerbado y hostil que llega, en algunos casos, a ni siquiera proporcionarse cambio o cuidarse el puesto mutuamente con algún vecino de la feria. Por supuesto, esta lógica de desenvolvimiento no se hace extensiva a los empleados, pero en general éstos están condicionados por la misma (al menos mientras los dueños se hallen en el puesto).

5. FUNCIONAMIENTO / ESTRUCTURA INTERNA. REGULACIONES Y EXTRALEGALIDADES.

Líderes / delegados / Estructuras internas. Organización extralegal. Vínculos con la policía, inspectores municipales u otros agentes públicos. Coimas. Pagos. Otros negocios asociados (fletes). Conflictos entre vendedores / comercios. Grado de independencia de los vendedores. Funcionamiento y regulación de conflictos.

Como líneas antes señalamos, si bien en cuanto a la organización espacial lo que predomina es la asignación fija de un lugar específico y en las calles más cotizadas casi no restan espacios por ocupar, en principio es posible señalar que no existe una estructura jerárquica, con figuras legitimadas hegemónicamente que dirijan el

funcionamiento de la feria. No existen líderes claramente instituidos y validados por el conjunto. Y si bien, es posible identificar delegados por cuadra, tampoco son reconocidos como representantes de intereses corporativos ni cuentan con poder de decisión sobre el accionar colectivo. Su quehacer como delegados es difuso, no cuentan con un rol de funciones específicas y útiles.

La feria funcionaría así como un sistema abierto, multi-focalizado, con ciertos reguladores que se instituyen como pautas de acción pero de modo precario, en constante movimiento, expuesto a la permanente disputa. Es posible identificar de este modo peligros externos e internos. Entre los primeros, como una amenaza permanente, se ubica la posibilidad de desocupación liderada por la Policía Metropolitana. También para quienes no negocian el pago de coimas, el apriete de *la Brigada* es un factor de presión. Entre los segundos se encontrarían los otros vendedores, tanto de la calle como de los locales formales.

Entonces existirían vínculos extralegales con la policía. Una entidad que surge como el nexo con los feriantes: la denominada *Brigada*, fuerza perteneciente a la Policía Federal acorde a lo consultado.

Como párrafos arriba indicamos, esta es la encargada de cobrar el *alquiler* de los puestos, para lo cual envía a un civil que ejerce de cobrador. Asimismo actúa como la última garante del orden ante situaciones de conflicto por el espacio o por la similitud de la mercadería a expender. Es convocada en ocasiones por quienes poseen lazos con la misma y abonan su cuota. No obstante, su intervención no es de tipo imperativa; sino que aparece como una figura que posee cierto poder para funcionar como mediadora del conflicto, pero no para decidir cabalmente cómo resolver situaciones de disputa.

Otro negocio ilícito asociado al comercio de productos habituales en la feria, sería la venta de drogas ilegales. Las fuentes consultadas señalaron que sería el principal mercado paralelo dentro de la feria de Once, utilizando en algunos casos los mismos puestos para dicho tráfico.

En cuanto a la relación con los comerciantes que poseen locales convencionales a la calle, es posible afirmar que en general es tensa. Entre los problemas se encuentra en primer término la competencia desleal: no toleran que el puesto en la vía pública venda la misma mercadería que ellos. También es fuente de conflicto la ocupación de la vereda que dificulta la circulación de clientes y la vista y atención sobre de su negocio. A su vez, la inseguridad que les ocasiona pensar que pueden estar observando los movimientos de su comercio. Para contrarrestar estos inconvenientes, las acciones que más comúnmente toman son: sacar por la fuerza al puestero del frente de su local recurriendo a la policía o asimismo colocar su propia mercadería en la vereda para así impedir la ocupación de dicho espacio. Esto no se resuelve usualmente de una vez sino que implica una constante tensión y querrela.

Por otro lado, existen galerías donde se produce una continuidad entre los locales internos y los stands en la calle, ya que pertenecen a un mismo *dueño*. Por lo cual en estos casos no se registran mayores inconvenientes.

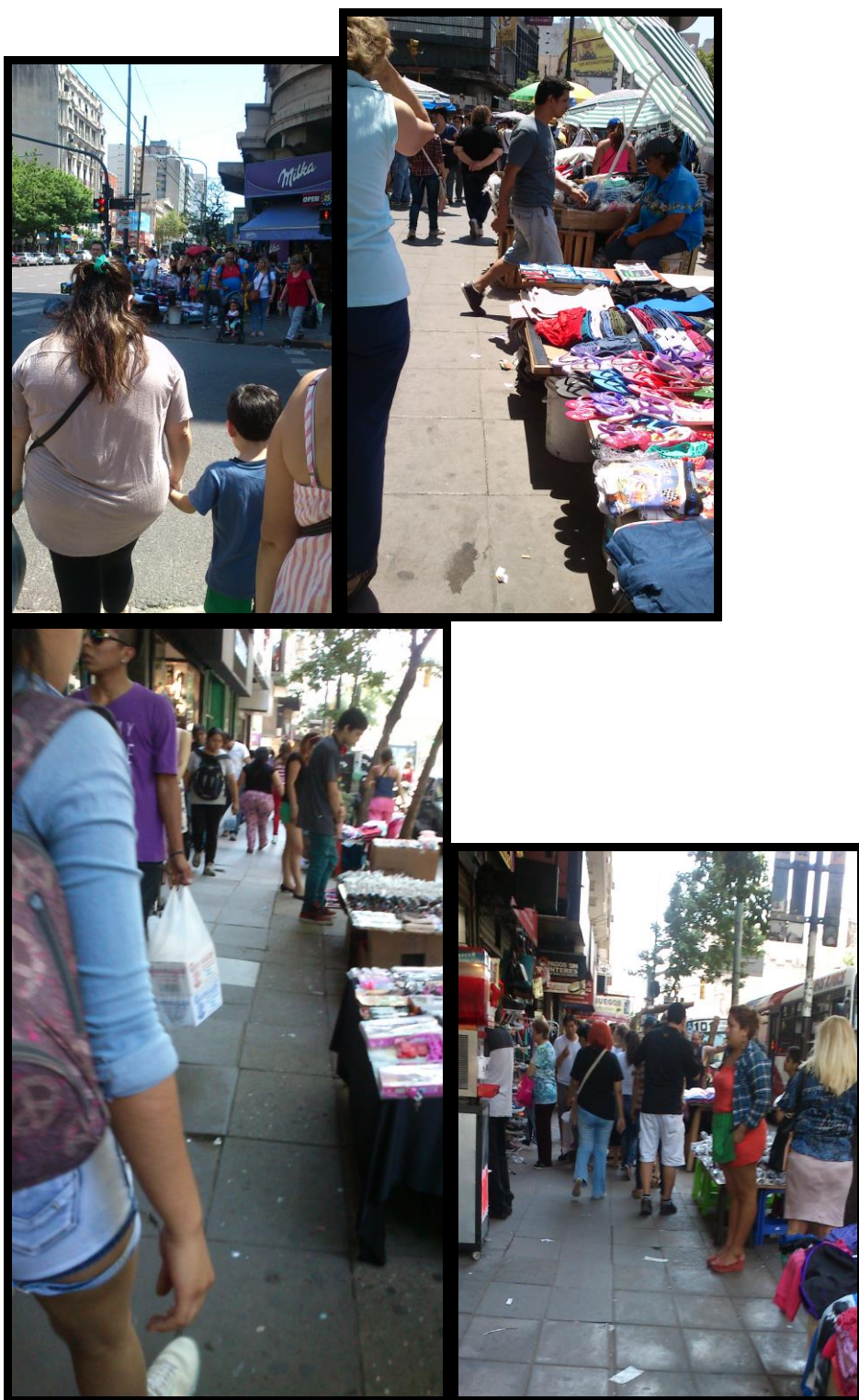
Para finalizar, podemos argumentar que la feria de Once parece funcionar como un sistema abierto. Es decir, si bien existen ciertos reguladores que la estructuran –como la condición de ser *dueño*, cuentapropista o empleado, la función de la Policía Metropolitana y de la Brigada, el tipo de posicionamiento frente a ésta, la pertenencia de grupo basada en la nacionalidad, la antigüedad en el uso del espacio- los mismos se encuentran en constante disputa. No hay normas o cargos establecidos, sino acuerdos *ad hoc* siempre sujetos al poder que se dirime por la fuerza directa. Esa que contiene cualquier ley como condición previa a la misma. No se llega a desarrollar como una organización fuertemente asentada. Si bien existen grupos que se definen por las nacionalidades, no están organizados con una identidad gremial, pudiendo explicitar intereses y reivindicaciones comunes. De esta forma, no existe una burocracia jerárquica ni una estructuración por corporaciones desarrollada. Los roles de cada actor poseen una institución lábil, deben reafirmarse en cada acto que los define como tales y preocuparse por actuar de modo tal que contribuya a sostener sus capitales sociales y estrategias de acumulación. Así, la feria parece funcionar en un estado de labilidad permanente, siempre abierta a la inminencia de una crisis que la pueda desandar.

Pero dentro de esta apertura e inestabilidad en cuanto a lo sistémico, creo que pueden percibirse ciertas tendencias, como el crecimiento constante de las comunidades africana y peruana en detrimento de la argentina. En líneas generales, la venta callejera en Once se presenta para estas comunidades como una fuente de trabajo (y de ingresos) casi inmediata, incluso sin disponer de capital alguno (trabajando para otro, en el caso de los peruanos; recibiendo algún tipo de préstamo, en mercadería o dinero, y el espacio para vender al menos algunas horas al día, en el caso de los africanos).

El crecimiento de la comunidad africana se basa en una afluencia permanente de gente, que proviene en parte de África misma, y en parte de otros países en cuyas sociedades no logró insertarse o no quiso permanecer. Esta comunidad en crecimiento halló en la venta callejera de Once una fuente permanente de trabajo casi privilegiada y única. A diferencia de los peruanos, los africanos casi no disponen de otras opciones para ganarse la vida. Esto se conjugó con cierta actitud (ciertos elementos idiosincráticos entre los que no está ausente la firmeza o la disposición a utilizar la fuerza física) que los hizo particularmente aptos para disputar con éxito ese espacio, que se presentaba como una de las escasísimas posibilidades de obtener un ingreso. La actual afluencia de gente de esta comunidad hace prever que su posición en la feria se consolidará, y, presumiblemente, crecerá.

En el caso de los peruanos, la (infatigable) capacidad de trabajo, la posibilidad de disponer de esa fuerza de trabajo tan sumisa y económica dentro de su propia comunidad, ese mayor conocimiento de nuestra sociedad en relación a los africanos (que les permite, por ejemplo, ir adaptando los productos que venden a las modificaciones estacionales de la demanda), esa dureza o resistencia (no carente de cierta “astucia”) para sobrellevar las amenazas y riesgos que acechan permanentemente a las actividades callejeras que se desarrollan en la marginalidad, todo esto explica y hace prever que esta comunidad también continuará en ascenso o al menos no retrocederá en el ámbito de la feria. (Ver Anexo Fotográfico).

ANEXO FOTOGRÁFICO: FERIA DE ONCE



PRESENTACION DE INFORMACION PRIMARIA SOBRE TRAYECTORIAS SOCIALES DE LA FERIA

Nombre del entrevistado: Carlos⁶

Sexo / Edad: Masculino - 65 años

Nivel educativo: Primario completo

Lugar de nacimiento: Alta Gracia - Córdoba

Explicitar criterios de selección del caso: Carlos es un vendedor argentino de 65 años. Trabaja en la feria de Once desde hace 18 años, habiendo pasado por diferentes trabajos formales e informales. Su último trabajo en relación de dependencia fue como obrero gráfico a principios de los ochenta. Trabajando en una imprenta tuvo un accidente por el cual perdió gran parte de la movilidad de un brazo. Esto dificultó la obtención de empleos de calidad aunque le permitió obtener un certificado de discapacidad.

El entrevistado se seleccionó por su trayectoria en la feria de 18 años; por ser hombre cuando la mayoría de los vendedores son varones; por ser nativo; por generarse el contacto mediante un conocido, lo cual predispuso mejor al entrevistado, quien se mostró confiado en contar todo lo que fue indagado.

Nombre del entrevistado: Kevin

Sexo / Edad: Masculino – 33 años

Nivel educativo: Secundario completo

Lugar de nacimiento: Accra – Ghana: África

Explicitar criterios de selección del caso: Kevin es un vendedor ghanés de treinta y tres años con secundario completo, sin hijos, que llegó a la Argentina a mediados de 2011, luego de residir dos años en Sudáfrica. Vive solo desde entonces en una pensión de Constitución y trabaja también desde hace tres años en Once en un stand sobre la calle Pueyrredón entre Sarmiento y Perón en el cual vende bijouterie y relojes. A la feria pudo entrar mediante un conocido Africano que ya vivía en la Argentina.

Accedimos al contacto mediante otro feriante que es amigo suyo y al cual habíamos ya entrevistado. Su perfil nos pareció que se encontraba dentro de las características típicas de los puesteros Africanos. Sumado a esto, contaba con la ventaja de hablar muy bien castellano. Por último, una condición importante es que al relacionarse con nosotros mediante un conocido en común, se mostró bien predispuesto y con confianza para relatar todo lo relacionado a su trabajo y al funcionamiento de la feria.

Nombre del entrevistado: Alex

⁶ Los nombres propios han sido modificados, para preservar la identidad de los entrevistados.

Sexo / Edad: Masculino – 37 años

Nivel educativo: Secundario incompleto

Lugar de nacimiento: Estado de Edó, Nigeria, África

Explicitar criterios de selección del caso: Alex es un vendedor africano de treinta y siete años con secundario incompleto, con tres hijos –dos niñas de 3 y 6 años que viven en Austria y un varón de más edad en Nigeria- que llegó desde Nigeria a la Argentina a fines de 2011, luego de vivir diez años en Austria. Vivió unos ocho meses solo desde entonces en una pensión de Once para luego irse a vivir a un hotel en el mismo barrio con su actual pareja Verónica, argentina de 33 años sin hijos, con estudios universitarios incompletos, a quien también entrevistamos semanas antes.

Alex trabajó poco tiempo en Constitución para luego pasar a Once, donde actualmente tiene un stand sobre la calle Pueyrredón, en el cual vende bijouterie y relojes. No tenía conocidos al llegar a la Argentina; al circuito de ferias entró solo, hablando en la calle con un ghanés desconocido, según relató.

Accedimos al contacto mediante su mujer, una conocida en común. Su perfil nos pareció que se encontraba dentro de las características típicas de los puesteros africanos en cuanto a sexo, edad, tipo de mercadería que comercializa, ubicación de su puesto, tiempo de residencia en la Argentina. Una condición importante es que al relacionarse con nosotros mediante una conocida en común, se mostró bien predispuesto y con confianza para relatar todo lo relacionado a su trabajo y al funcionamiento de la feria.

Nombre de la entrevistada: Susy

Sexo / Edad: Femenino - 49 años

Nivel educativo: Secundario completo

Lugar de nacimiento: Lima – Perú

Explicitar criterios de selección del caso: Susy es una vendedora peruana de 49 años.

Trabaja en la feria de Once desde hace 6 años, habiendo pasado por otros trabajos, como empleada doméstica y cocinera en un restaurante peruano. Hace 6 años empezó a trabajar, para otra persona, en la feria de Once, y tras año y medio, dos años de aprendizaje consiguió instalar su propio puesto. La entrevistada se seleccionó por su trayectoria en la feria de 6 años; por pertenecer a la comunidad peruana, que es la que predomina numéricamente dentro de la feria. También cabe mencionar que fue la única que accedió a una entrevista, tras varias solicitudes.

EJES TEMATICOS

1) PERFILES SOCIALES REPRESENTADOS / TRAYECTORIAS EDUCATIVAS / FAMILIARES / LABORALES / ESTRATEGIAS FAMILIARES EN TORNO A SU ACTIVIDAD

Claramente se puede establecer una distinción entre tres grandes grupos. Por un lado, los argentinos, que constituyen una minoría; por otro, los de procedencia peruana

(grupo mayoritario actualmente); y, por último, los de origen africano (que representan entre un 15 y un 20%). Es importante tener presente esta diferencia porque hay muchas características y prácticas que suelen predominar en algunos de estos grupos y no en otros.

A partir de las entrevistas se desprende que el nivel educativo general oscila entre el primario completo y el secundario completo, incluyendo, como instancia intermedia, el secundario incompleto.

En cuanto a su trayectoria familiar, los africanos provienen tanto de ámbitos rurales como urbanos, de países como Senegal, Nigeria y Ghana. En general tuvieron una estructura familiar típica (compuesta por padre, madre y hermanos), en la que se formaron y desarrollaron; figura (la de la familia) que suelen tener presente. En algunos casos tuvieron hijos en los países en los que vivieron, y continúan teniendo vínculo, esencialmente virtual, con sus hijos y/o parejas o ex parejas. Actualmente, la mayoría de ellos aún no ha constituido familia aquí, pero muchos ya se hallan en vías de eso (casamientos, noviazgos, convivencia con parejas).

Los argentinos provienen de sectores bajos, y como suele ocurrir en muchos casos, con figura paterna ausente, crianza de los abuelos, etc.

En cuanto a su trayectoria laboral, los africanos se caracterizan por haber estado viajando por distintas partes del mundo, casi siempre desarrollando actividades comerciales cuentapropistas, generalmente informales. En el aspecto laboral, la venta callejera, en tanto comercio, revela una cierta continuidad respecto a las actividades que venían desarrollando en sus países de origen o en los que fueron viviendo (pese a las significativas diferencias que existen en otros aspectos de la vida social). Teniendo en cuenta sus dificultades con el idioma, sus escasos o inexistentes vínculos como para acceder a algún tipo de trabajo formal, y las importantes diferencias culturales, la venta callejera se les presenta como uno de los escasísimos medios de subsistencia posibles.

Los argentinos que arribaron a la venta callejera suelen provenir de sectores bajos que tuvieron serias (y crónicas) dificultades para insertarse en el mercado laboral formal, o fueron expulsados por el mismo. Pero también es cierto que una vez que ingresan en este tipo de actividad difícilmente la abandonen para intentar reinsertarse en el trabajo formal (a lo sumo, acceden al comercio formal a través del alquiler de un local).

Los peruanos, como se ha mencionado, son los que predominan numéricamente dentro de la feria. En su mayoría provienen de zonas urbanas pobres (Lima, y Gran Lima sobre todo), huyendo de situaciones de pobreza extrema (en las que no está garantizado ni el sustento básico para la familia). En general no tienen en mente regresar. Esto obedece no sólo a la diferencia de ingresos que obtienen en relación a su país de origen, sino al mejoramiento de su calidad de vida en general: el acceso a la salud pública no es un aspecto menor en este punto, aunque también deberíamos mencionar educación, vivienda, transporte, etc., que suelen estar muy por encima de lo que pueden obtener en Perú. Muchos viven en Once, en hoteles y pensiones.

Es difícil estimar porcentajes, pero no son pocos los que han dejado a su familia en Perú y le envían periódicamente dinero para su sustento.

En cuanto a estudios, existen quienes concluyeron el secundario, pero predomina un nivel inferior.

En cuanto a trayectorias laborales, en general han comenzado a trabajar muy prematuramente, desempeñándose en trabajos informales de diversa índole, con escasa o nula calificación, como venta callejera (en otros lugares) o ambulante, en pequeños restaurantes (muchos de éstos pertenecientes a otros integrantes de la comunidad peruana). Entre las mujeres abundan las que se han dedicado al servicio doméstico. Once, sin duda, constituye una de las más importantes fuentes de trabajo para la comunidad peruana y representa, dentro de las escasas posibilidades de ascenso social para aquel que carece inicialmente de recursos, una de las más importantes (tal es el caso de la mujer peruana entrevistada). En su mayoría, los miembros de esta comunidad, más que haber sido expulsados del mercado de trabajo formal, nunca han ingresado al mismo.

2) ESTRATEGIAS DE INGRESO / MODO / HISTORIA DE INGRESO A LA FERIA (estrategia, acceso, red de contactos, motivaciones para hacer ese trabajo, pasó por varias ferias, etc.)

Los africanos tienen, a grandes rasgos, dos modos de acceso. Por un lado, imponerse por la fuerza; es decir, establecerse, “plantarse”, y resistir los intentos de desalojo, consistentes, normalmente, en el acoso de los otros feriantes (que en ocasiones llega al uso de la fuerza) y la presión de la policía. De este modo pudieron ingresar, ir obteniendo algunos espacios y permanecer en la feria. La otra vía, que suele darse en los lugares ya ocupados, consiste en la cesión temporal de un espacio para vender por el vínculo personal o relación amistosa con algún integrante de su mismo grupo étnico (aunque hay algunas excepciones respecto a este requisito de “copertenencia étnica” en la cesión provisoria de espacio). Entre los africanos existe cierta idea de solidaridad por la cual procuran brindar a otros, recién llegados, la posibilidad de ganarse la vida, siendo la venta callejera casi el único medio para esto. Por lo tanto, lo que suelen hacer los que llevan a cabo esta práctica es ceder unas horas por la mañana (generalmente entre las 8 y las 11) su espacio al compañero ingresante, para que ésta vaya consiguiendo al menos un ingreso que le permita subsistir y adquirir mercadería.

En cuanto a los argentinos, las modalidades de ingreso son similares: o por la fuerza o arreglando con el ocupante, individualmente, una cesión de espacio a cambio de dinero. En los lugares ya densamente ocupados (como la Av. Pueyrredón) la modalidad de la fuerza ha perdido terreno, y suelen predominar los arreglos con los ocupantes del espacio. Sin embargo, esto no impide que infinidad de disputas en torno a los límites de esos espacios se diriman por la fuerza directa o la amenaza de su uso, o por el nivel de proximidad a la policía (en esto los peruanos llevan la delantera).

La modalidad de alquilar, al menos en el caso de los argentinos y los africanos, prácticamente no existe. La cesión del espacio es por unos días, motivada por la ausencia del dueño y convenida siempre de antemano con éste, o en forma definitiva a cambio de dinero (lo que sería una suerte de venta).

En general, los africanos suelen tener la experiencia de haber trabajado, de modo similar, en otros países. Además existen casos en los que complementan el trabajo en Once con el de otras ferias (que suelen desarrollarse los domingos en localidades próximas a C.A.B.A.).

Los argentinos también suelen tener experiencias previas de otras ferias, aunque en estos casos sólo nacionales. Algunos han viajado por ferias de distintas provincias o del conurbano bonaerense.

En cuanto a las motivaciones, en ambos casos son “razones de fuerza mayor” las que los llevan a la venta callejera; la necesidad ante la casi inexistencia, al menos circunstancial, de otros medios de subsistencia (aunque no es tan obvio que esa misma necesidad los retenga de modo casi definitivo en esa actividad). Sin duda, la dinámica misma de la actividad va apartándolos de otros ámbitos en los cuales podrían llegar a tener otras posibilidades de desarrollarse laboralmente.

La particularidad de los peruanos, en cuanto a su modo de ingreso, es quizás otro de los factores que explican su proliferación y predominio numérico: son casi los únicos que utilizan empleados, es decir, no propietarios.

Esto les confiere una ventaja competitiva clave para poder disputar los espacios que van quedando vacantes.

Por un lado, los empleados (los que trabajan para otro), que ya “conocen los códigos” del lugar, tienen la posibilidad de abandonar sin mayores dilaciones o contratiempos el puesto en el cual trabajan (de hecho, la modalidad de contratación es diaria), y llevar a cabo esa apropiación. Por otro, a los dueños con empleados, la posibilidad de delegar tareas (fundamentalmente la atención del puesto) les permite realizar personalmente la apropiación casi en cualquier momento. Teniendo en cuenta que en muchas ocasiones la apropiación de esos espacios requiere disputas que llevan tiempo (y energía), sin duda esta modalidad de explotación les juega a favor.

Por último, la mercantilización más desarrollada de esta comunidad (entre los peruanos no existe indicio alguno de esa suerte de “solidaridad étnica” que se percibe entre los africanos), al reportarle mayores ganancias, también los vuelve económicamente más aptos para adquirir los nuevos espacios, cuando éstos son vendidos por los dueños salientes.

En cuanto a los contactos para ingresar, podríamos deducir de la constante provisión de fuerza de trabajo peruana ingresante a la feria que, dentro de esta comunidad, ya están bastante bien “aceitados” los mecanismos (obviamente informales) de ingreso, siempre como empleado. Sin duda Once debe representar para los peruanos una fuente de trabajo para aquellos que carezcan de otros recursos. Eso en cuanto a ingresar como empleado, pero respecto a obtener un espacio, como dueño, no existen ningún tipo de contacto o intermediario que pueda proveerlos. Única y exclusivamente se debe negociar con el dueño del mismo.

3) TIPO DE ACTIVIDADES QUE REALIZAN EN LA FERIA / ACCESO A LA MERCADERÍA/ ORGANIZACIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO / RELACIÓN COMERCIAL – COMPRA-CONSIGNACIÓN (tipo de productos, acceso, y logística en la obtención de productos,

disposición espacial, trabajador independiente, contratado, trabajo familiar, jornada laboral, horarios, flexibilidad, etc.)

La actividad de los vendedores se reduce a lo estrictamente comercial: exponer la mercadería, ofrecerla (en algunos casos abiertamente, en otros sólo aguardan a que se acerque un potencial comprador), vender y luego guardarla (en muchos casos en la misma cuadra en la que se halla el puesto).

La mercadería consta, esencialmente, de ropa (principalmente informal, deportiva y ropa interior) y artículos varios como relojes, billeteras, bijouterie, carteras y juguetes.

La mercadería tiene dos procedencias: la importada de china y la nacional. La primera incluye, principalmente, los “artículos varios” que mencioné (billeteras, bijouterie, carteras y juguetes) e ingresa al país por Paraguay o directamente a Buenos Aires. La segunda está constituida esencialmente por ropa, y proviene de La Salada.

Los africanos compran al por mayor en determinados negocios de Once, que suelen ser de dueños chinos, aunque también hay algunos argentinos. Algunos artículos como relojes suelen comprárselos a paraguayos (y algunos brasileños), que los ingresan de contrabando de Paraguay y quienes, para este fin, alquilan departamentos por la zona. Los argentinos adquieren la mercadería (ropa) en la Salada o directamente en los talleres que abastecen a esta última.

Aquí también encontramos en los peruanos huellas de esa mayor mercantilización, que se traduce en una actitud más proactiva hacia los potenciales clientes. Ofrecen abiertamente la mercadería, proponen rebajas y ofertas.

En cuanto al tipo de mercadería, los peruanos en general venden fundamentalmente ropa y lencería, de procedencia tanto nacional como importada.

En cuanto a la adquisición de la mercadería, y a los depósitos donde la guardan diariamente, los integrantes de esta comunidad suelen mostrar mayor desconfianza a la hora de revelar información. Ambas cosas admiten hacerlas dentro de Once (aunque hay quienes adquieren la mercadería en la Salada).

En cuanto al depósito de la mercadería, por los horarios de apertura y cierre del local de los integrantes de esta comunidad, que suelen tener los puestos mejor ubicados y, por ende, los de apertura más extensa (en el caso de la persona de esta comunidad entrevistada, de 6 a 21 hs.), éste no podría hallarse muy lejos del puesto. Por otra parte, esto se condice con las distintas observaciones realizadas ya mencionadas.

En cuanto a la adquisición de la mercadería, esto se da individualmente en mayoristas también de Once (en esto no difieren los peruanos de los otros grupos). Indudablemente ya debe haberse desarrollado mucho la conexión entre La Salada y los mayoristas de Once, porque suele ser un porcentaje importante de puesteros el que compra directamente en Once, y ya no debe recurrir a La Salada.

4) ESTRATEGIA-RACIONALIDAD-MOTIVACIÓN ECONÓMICA / VALORACIÓN DE SU TRABAJO (racionalidad o motivación económica, remuneración o rendimiento, modalidades cobro, diario, semanal, legalidad y justificaciones de su actividad, etc.)

En este aspecto tanto africanos como argentinos (a diferencia de lo que comentan respecto a los peruanos), desarrollan sus actividades comerciales con las características típicas del cuentapropismo, de un modo absolutamente autónomo respecto a sus compañeros de feria. Cada uno decide dónde y a quién compra su mercadería, a qué precio, etc. Cada uno se encarga de hacerlo, individualmente. Venden y obtienen su ingreso diario también del mismo modo, absolutamente independiente de los demás.

En líneas generales su trabajo consiste en comprar al por mayor y vender al por menor, aunque tanto argentinos como africanos reconocen que realizan también algunas ventas al por mayor, para otros comerciantes (principalmente de las provincias del interior). Pero estas ventas al por mayor no suelen abundar.

En cuanto a las ganancias, lo primero que se destaca es que sufren grandes oscilaciones, diarias, por época del año e inclusive de un año a otro. Actualmente, los africanos suelen ganar alrededor de 500 pesos diarios, mientras que los argentinos (que venden en su mayoría ropa) duplican ese monto. Siempre hablando de Pueyrredón. Sobre las calles aledañas, Perón, Sarmiento, Mitre, la cifra disminuye casi hasta la mitad. Los argentinos suelen recargar entre un 40 y un 50% el valor de la mercadería para su venta, por lo tanto, de estos montos se desprende un valor estimativo de lo que venden (que rondaría los 2000 pesos diarios). En los africanos es más difícil de estimar el porcentaje que se recarga a cada producto, y se halla más sujeto a las circunstancias de la venta y a las necesidades del vendedor.

Todos coinciden en que las ventas han descendido notablemente respecto al 2013.

También aquí, entre los integrantes de esta comunidad, la dinámica de cada puesto es absolutamente autónoma, pero con la particularidad de que en este caso existen algunos dueños que poseen más de un puesto. Me atrevería a sostener que entre los peruanos el individualismo está más exacerbado, y es algo más competitivo u hostil, quizá producto de esa mayor mercantilización que debilita los aspectos del vínculo como pares (en tanto cuentapropistas), y refuerza su percepción de potenciales rivales (en tanto dueños o (microempresarios).

En cuanto a las ganancias, dentro de los puestos mejor ubicados, oscila en torno a los 1000 pesos diarios, rondando, las ventas en bruto, entre los 4000 y 5000 pesos (también diarios). La ganancia neta oscilaría entre el 20 y el 30 % de lo invertido. En este sentido, por diversas razones, creo que los peruanos, al menos respecto a los argentinos, están dispuestos o tienen la posibilidad de vender a precios más bajos, obteniendo porcentajes de ganancia por artículo vendido también más bajos. Esta capacidad para resignar un mayor porcentaje de la tasa de ganancia por producto podría remitirnos también al tipo de explotación que desarrollan: empleando fuerza de trabajo contratada. Esto les permite extender los horarios de atención, disminuir los días de cierre y, de ese modo, compensar esa pérdida.

Respecto a los empleados, es muy difícil obtener información directa o de primera mano, pero en general se les paga a diario, o a lo sumo semanalmente, y la cifra rondaría los 200 pesos diarios.

Respecto a la percepción de la legalidad/ilegalidad de su trabajo, debemos decir que, como en las otras comunidades, existe una conciencia de estar haciendo algo “no del todo” legal. Por supuesto, no abiertamente ilegal, como el robo. Esto genera cierto clima de incertidumbre y desconfianza.

5) MODO EN QUE SE RELACIONAN CON LA ESTRUCTURA / POLICÍA / INSPECTORES / COMERCIANTES / VENDEDORES DE LA FERIA. (Distribución espacial, presencia de delegados, pagos mensuales a la policía, contactos, etc.)

El único principio que rige y se invoca abiertamente es el de “ocupación previa del espacio”. Entre los africanos y los argentinos no existe organización ni jerarquía alguna. Tampoco hay liderazgos o figuras representativas que gocen de cierta legitimidad. Excepto en las circunstancias en las que hay algún problema concreto y específico que resolver, los delegados no cumplen casi ninguna función, ni tienen el reconocimiento del grueso de los vendedores (y menos aún, poder de decisión sobre los demás).

La figura de la Policía Metropolitana aparece siempre ligada a una función represiva, como una amenaza de desalojo o incautación de la mercadería, pero no participa del “negocio”. En este punto coinciden todos los entrevistados.

La Policía Federal está representada por la comisaría de la jurisdicción, con la que “se arregla” sin inconvenientes. Pero no está claro si lo que ellos llaman la Brigada no es otra fuerza dentro de la misma policía. Ellos mismos no saben precisar. Por otra parte, sin tener los mismos vendedores muy en claro este punto, también están las decisiones de los fiscales, que en ocasiones mandan hacer un allanamiento en algún depósito o imparten alguna directiva a la comisaría para que realice alguna acción (como por ejemplo, despejar la vereda en la hay un colegio). Cabe mencionar que el pago mensual a la policía, que los africanos se resisten a hacer (por ahora exitosamente), lo gestiona alguien ajeno a la fuerza (un civil), que oficia de cobrador.

La policía también funciona, cabe agregar, como último garante del orden cuando el conflicto entre dos vendedores entra en el terreno de la violencia física (que suele ser por disputas espaciales o proximidad de un mismo tipo de mercadería). Su intervención, más próxima a una mediación de conflictos que a la imposición de una norma, suele favorecer a quienes “pagan” el tributo exigido por ellos.

También en este punto la reticencia de la comunidad peruana es mayor que la de las otras. Por un lado, confirman la función estrictamente represiva de la Metropolitana, lo cual refuerza la idea de que se mantiene al margen del “negocio”. Respecto a la Policía Federal, se niega cualquier tipo de pago, aunque declaran que no interfiere con sus actividades (lo cual podría leerse como un indicio de algún tipo de arreglo, como manifestaron los integrantes de las otras comunidades respecto a ésta en particular).

Con los inspectores no tienen vínculos. Lo que sí manifiestan es que existe una pronunciada hostilidad de los vecinos y de algunos comerciantes, aunque permanece en el terreno verbal (comentarios ofensivos).

Como se ha mencionado, la feria carece de una estructura orgánica, con una jerarquía, lo que se traduce en una ausencia total de “contactos” capaces de obtener un espacio o negociar algo.

En cuanto a los delegados, confirman la idea de que éstos adquieren una función y cierta relevancia cuando surge algún problema concreto, que suelen ser operativos de desalojo de la policía o su amenaza. Ellos los eligen y los delegados suelen ir a la Legislatura. Pero en tiempos normales no cumplen ninguna función.

Respecto a sus relaciones con otros vendedores de la feria, como se ha mencionado, incluso entre los mismos peruanos, son particularmente distantes y, en ocasiones, hasta hostiles. Prevalece un individualismo bastante acentuado.

6) PROYECTOS O PERSPECTIVAS PERSONALES Y LABORALES / EXPECTATIVAS Y CONFLICTOS PRESENTES. VENTAJAS Y PERJUICIOS DE CONTINUAR EN LA FERIA (futuro en la feria, expectativas, proyectos personales – familiares, balance personal, conflicto entre puesteros de diversas nacionalidades, comerciantes, policía, etc.)

Los africanos, en su mayoría, entienden la venta en la calle como un paso inevitable (y muy “sacrificado”) hacia la venta formal; producto de la necesidad en una doble acepción: necesidad de subsistencia y falta de alternativas para ganarse la vida. Su ambición es pasar, cuanto antes, a un local (cosa que no es sencilla, por los montos que se manejan). Por lo tanto, no hay ninguna expectativa respecto a la venta en la calle, sólo dejarla atrás por algo mejor.

Los argentinos, que suelen tener más años ya en la feria que los africanos, desarrollan (y conciben) su actividad con más naturalidad. Esto es atribuible en parte a la hostilidad que sufren los africanos, que no alcanza a los argentinos porque éstos están más consolidados en sus respectivos espacios y tienen muchos más recursos discursivos, intelectuales, de capital social (por sus vínculos), etc., para desenvolverse y defenderse en caso de ser necesario. De todos modos, el futuro, para casi todos, tiene un altísimo componente de incertidumbre. La diferencia radicaría en que los africanos tienen una clara voluntad de dejar atrás esta situación, mientras que los argentinos no tienen demasiadas expectativas respecto a otras actividades que puedan llegar a constituir una “mejora” de su situación actual. Entienden su actividad de un modo menos provisorio, y no se plantean tan abiertamente la posibilidad (y necesidad) de su cambio.

Los peruanos son quizás los que menos padecen las condiciones de trabajo de la feria en relación a las otras comunidades. Son los menos afectados por ese clima de hostilidad entre los feriantes que suele prevalecer cuando alguien no está asentado aún en un espacio definido. También son los que menos padecen las vicisitudes de la venta callejera, como los arrebatos, los roces con los vecinos, la amenaza de la presencia policial o cualquier tipo de conflicto que pueda suscitarse con los transeúntes o clientes. Quizás por sus condiciones de vida previa, o por el tipo de experiencias que tuvieron, o por las expectativas, o por el nivel de ingreso que adquieren (y la calidad de vida que éste les permite tener), pero son los que mejor se desenvuelven en esta dinámica, y por ende, los que menos padecen sus rigores.

En cuanto a conflictos podemos decir que no existen conflictos por motivo de nacionalidad, en esto coincidieron los integrantes de todas las comunidades. Las disputas son individuales y por el espacio. Con los comerciantes y vecinos, más allá de esa hostilidad general (que a lo sumo se traduce en un insulto o comentario ofensivo), no pasa a mayores.

Respecto a las expectativas, en general, a los dueños de los puestos, si les va bien, no tienen en mente dedicarse a otra actividad, ni siquiera comercial (como sería pasar a alquilar un local por la zona). La feria les provee un ingreso que difícilmente podrían obtener en otros trabajos o comercios (hay que tener en cuenta que provienen de sectores bajos de un país con altos índices de pobreza). Esto no impide que los alcance ese clima general de incertidumbre que generan las actividades no del todo legales, y que en Once está bastante presente. Se vive muy al día, sin grandes proyectos o expectativas, pero entendiendo que ese vivir al día puede extenderse indefinidamente.

ANEXO 3:

PRESENTACION DE LA INFORMACION PRIMARIA CORRESPONDIENTE A LA COMPOSICION, ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DE LA FERIA DE AVELLANEDA

Este Anexo está compuesto por dos aspectos diferenciados:

En primer lugar se presenta la Estructura de la Feria como estudio de caso abordado

En segundo lugar, se presenta la caracterización de los trabajadores de dicha feria y de sus trayectorias sociales.

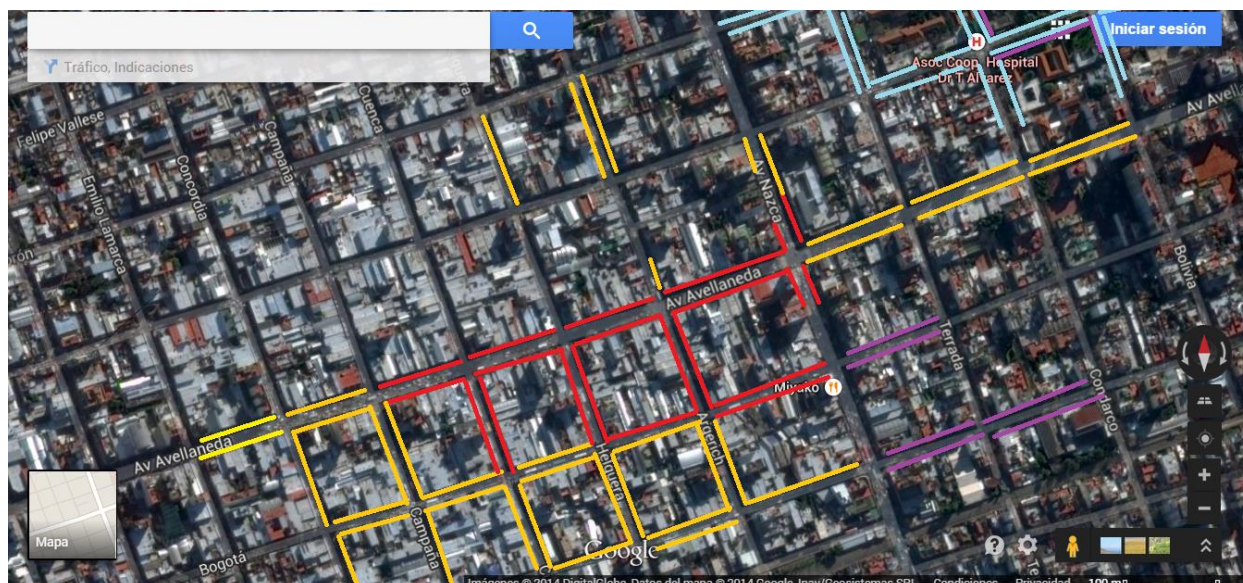
Cabe aclarar que el trabajo de campo fue realizado por encuestadores especializados en la temática entre los meses de octubre 2014 y enero 2015.

PRESENTACION DE INFORMACION PRIMARIA SOBRE ESTRUCTURA DE LA FERIA

1- ESTRUCTURA / COMPOSICIÓN DE LA FERIA

Esquema general de la feria identificando la localización (calle donde se encuentra e intersecciones) tratando de establecer su extensión a lo largo de la/s cuadras. Identifique en el mapa su topografía social: diferentes segmentos, tipo de puestos, vendedores, clientelas, organización, ambiente, etc.

CARTOGRAFÍA:



Referencias:

En Rojo: zonas de alta densidad de concentración de manteros.

En Amarillo: zona de disminución de concentración de manteros.

En Celeste: zona de trapitos.

En Violeta: zona de trabajadoras sexuales.

Al norte de la Avenida Avellaneda: los manteros desaparecen rápidamente. Al este de la Avenida Nazca pueden observarse trapitos en las cercanías del Hospital Álvarez y en menor medida, trabajadoras sexuales. Al oeste, en cambio, el espacio público queda mucho más vacío. La zona abunda en comercios mayoristas y en depósitos; el tránsito de automóviles, camionetas y camiones cargados de mercadería es intenso y constante.

Al sur de la Avenida Avellaneda: zona de alta concentración de galerías y comercios mayoristas. El público comprador es mayoritariamente del Interior y viene a surtir de mercadería. Los manteros disminuyen su presencia en estas calles pero siguen siendo numerosos. Muchos de ellos venden carritos para los comerciantes del interior. El espacio disponible para transitar se aliviana pero la circulación de gente comprando, vendiendo y trasladando mercadería es incesante. Al oeste de la avenida Nazca se hallan numerosos ómnibus de larga distancia en los que descienden los comerciantes del Interior.

DESCRIPCIÓN DE SU TOPOGRAFÍA / ESTRUCTURA / CARACTERÍSTICAS:

La feria se estructura de la siguiente manera. Los manteros se establecen sobre las veredas, en general, pegados al cordón o a los canteros que comienzan en los cordones, dejando un espacio libre entre los locales y sus propios puestos para que se pueda transitar. Dicho espacio es bastante limitado, dada la gran cantidad de personas que circulan y paran a ver, consultar precios y comprar. Además debe considerarse que la existencia de estos canteros (de cemento o de estructuras móviles de hierro) limita aún más el espacio disponible. Por último, a esto hay que sumar el paso de personas (algunos son mozos de bares) que circulan por la calle con sándwiches sobre bandejas que ofertan al público, y especialmente se debe tener en cuenta a los reposidores de mercadería, que caminan con bolsos, que pueden ser, bolsos de lona o bien, bolsas de consorcio, cargadas de ropa.

Sobre Avenida Avellaneda y alrededores, es decir, las calles que la cortan y algunas paralelas, los manteros apoyan sus mercaderías sobre distintos elementos: telas, lonas, bolsas de consorcio abiertas, desplegadas en el suelo, pero también hay algunas variantes, por ejemplo, tablas sobre caballetes, cajas de verdura o cajas de zapatos apiladas con tablas arriba, incluso planchones grandes de telgopor, entre otros materiales menos frecuentes.

Ahora bien, observamos que estos trabajadores apoyan sus productos sobre otro tipo de superficies, que pueden ser los mismísimos canteros destinados a achicar el espacio disponible en la vereda y que constituye una herramienta diseñada para desplazarlos. A partir de nuestras visitas, comprobamos que, tratándose de los canteros fijos (de cemento u hormigón) o de los móviles (de hierro), lejos de sentirse disuadidos o impedidos de ejercer sus actividades, los manteros emplazan sus puestos sobre estos elementos y trabajan sin percance alguno.

Algunos de estos vendedores cuentan con alguna sombrilla con la cual se protegen y resguardan sus productos, y casi todos tienen a su lado un carrito de lona con mercadería. En esta feria no hay probadores.

Resulta interesante rescatar también, que los containers y los tachos de basura que se encuentran en las esquinas son franqueados por uno o varios manteros, que rodean el contorno completo de un container, apoyando cosas incluso sobre él. Puede decirse lo mismo de quienes se apoyan sus mercaderías incluso sobre el capó de algún auto (tal vez perteneciente al distribuidor para el que trabajan).

Es relevante destacar que las esquinas, sobre todo las ochavas, desbordan de mercadería que continúa más allá de la vereda y que se expande hacia la calle. La señalización de cruces peatonales sobre el asfalto a veces está cubierta por mantas llenas de ropa, por ejemplo, de manera que los autos casi rozarían los productos ofertados.

En sí, las instalaciones son precarias y fácilmente desmontables, y la concentración de manteros sobre la Avenida Avellaneda, a partir de Nazca, es decir, al 3000, y hacia el 3600, es tal que prácticamente no se puede caminar. A pesar de la precariedad de sus facilidades, la feria muestra una estructura consolidada, una continuidad territorial prácticamente ininterrumpida debida a la alta densidad de vendedores por cuadra (uno por puesto), aunque incluso, en ocasiones, podría hablarse de vendedores por puesto (es el caso de los puestos que se emplazan en las ochavas y esquinas y que reúnen a un número de hasta cinco personas).

Las calles que cortan la avenida están plagadas de galerías comerciales. Sobre las veredas, paran camionetas con mercadería que es distribuida por hombres y mujeres con carritos de lona que pueden comprarse ahí mismo, y que son comprados por comerciantes que vienen del interior. Es notable la presencia de buses de larga distancia estacionados sobre las transversales a Avellaneda. De estos transportes bajan comerciantes del interior que se abastecen del comercio mayorista establecido en la zona, haciendo largas colas en la calle para entrar a comercios establecidos y galerías para efectuar sus compras. Ahora bien, estas calles internas cuentan con la presencia de manteros que venden el mismo tipo de productos que sobre la Avenida, y en general, la calidad parece ser muy similar a la de los comercios. Esto se debe, según informó uno de los comerciantes con quien pudimos hablar, a que existen productores que fotografían la mercadería ofertada y la copian, emulando los logos, las marcas, y generando una mercancía similar a la vista a la que venden los locales, pero de calidad inferiores. Estos productores aparecen temprano, entre las 5 y las 8 de la mañana, y descargan sus mercaderías (imitaciones) con camionetas traffic o parecidas, distribuyéndolas entre los manteros que trabajan para ellos. De esta manera, logran esparcir sus productos a distintas alturas de una misma cuadra o bien, en varias cuadras, dependiendo del productor. Esta información la transmiten los comerciantes al constatar que las mismas telas que venden en sus locales, las ven días después transformadas en productos (vestidos, monos, shorts, remeras, polleras) copiando los estilos y marcas de los locales. Según los comerciantes, los demás productos que ofertan los manteros son industrializados y provienen de China.

Si bien existen tachos y contenedores de limpieza, la feria produce una cantidad de desperdicios considerable y que no es recogida por los vendedores que trabajan en ella. No se ve personal de limpieza durante el día, aunque de noche se recojan los residuos.

Por otro lado, cabe destacar que luego de las 18 horas, cuando tanto comerciantes y manteros, se han ido del lugar, la zona queda como una tierra arrasada: los locales tapiados con cortinas metálicas, atornilladas, grises, pintarrajeadas, restos de telas y retazos que rebasan los containers repletos de basura, las calles vacías, fétidas y oscuras. La Av. Avellaneda, desolada y fría, se asemeja a un pueblo fantasma que sólo el viento abre camino al paso de algunos vehículos que intentan atravesarla; el resto lo barren los carros de los cartoneros que al final del día se alzan con todo el botín disponible que quedó de una más de las intensas jornadas que se vivieron en la feria y que dejó su impronta.

La afluencia de clientes es constante. Es difícil distinguir si hay picos durante el día, pues en todas las visitas realizadas se ha comprobado que tanto por la mañana, como al mediodía y a la tarde, la circulación de clientes es sumamente abundante.

Ahora bien, si debiéramos distinguir algunas tipologías de clientes, podemos dar cuenta de las siguientes caracterizaciones. Primero, se ven clientes que compran a los manteros sus artículos únicamente para consumo personal. Este tipo de clientela pertenece a estratos medios bajos y no necesariamente son vecinos del barrio, sino personas que se acercan a la feria desde el conurbano u otros barrios de la ciudad. En segundo lugar, se cuenta con comerciantes, tanto de la ciudad (pero no de la zona) como del interior, que compran artículos tanto para consumo personal como de reventa. Al realizar las entrevistas y observaciones participantes, se ha visto a comerciantes con grandes bolsones de ropa detenerse cuando ven algo que es de interés y proceden a comprar a los manteros, por ejemplo, paquetes de docenas de medias tipo "Nike" o "Adidas".

Por último en cuanto a la presencia de "amenazas", si bien puede verse aisladamente algún patrullero de la policía circulando o a algún oficial patrullando una vereda, no es inteligible una presencia policial significativa. De acuerdo a los testimonios de algunos comerciantes, hay policías de civil circulando, pero eso no es posible apreciarlo a simple vista. No se han presenciado discusiones, ni altercados, ni siquiera cambios de palabras entre los pocos oficiales y los manteros de la zona. Sí ha emergido en las entrevistas que hubo secuestros de mercadería, pero los mismos no parecen ser frecuentes y no todos los manteros tienen o tuvieron relación con alguna de las fuerzas policiales que operan en la ciudad (Federal y Metropolitana). De la misma manera, es difícil dar cuenta de la presencia de inspectores.

2- LA MERCADERÍA:

Los artículos ofertados, en su mayoría, son prendas de vestir: productos textiles de lo más variados. Aquí ofrecemos una enumeración bastante exhaustiva del tipo de productos que venden:

Ropa, mujer/hombre/niños: camisas, remeras, camisas de jean, pantalones, medias deportivas y de vestir - Juguetes de todo tipo – Anteojos de sol - Gorras - Cinturones - Joyas - Sombreros - Breteles de corpiño (Lo que serian accesorios de mujer) - Shorts de mujer de modal estampado/ calzas de lycra y algodón de baja calidad, imitando marcas conocidas (PRESTIGIO->PRESTIGE) - Camperas de mujer de cuero ecológico de todos los colores a \$450 - Shorts y bermudas deportivas de hombre - Remeras estampadas de Cars, Ben 10 y Violeta para niños – Billeteras – carteras – relojes - accesorios para celular, auriculares y artículos de electrónica rudimentarios – puestos de comida – accesorios y útiles misceláneas: tijeras, alicates, etc.

Como podemos apreciar, la heterogeneidad de los productos es de lo más variada.

Cada puesto suele estar especializado en algo. Por ejemplo, quien vende camperas de ecocuero de mujer vende solamente eso y quien oferta prendas deportivas no vende juguetes y viceversa. Existe una suerte de especialización en ciertos artículos según el origen de los comerciantes. Por ejemplo, los manteros de origen africano suelen ofertar exactamente la misma combinación de productos: un mismo puesto puede contener relojes, cinturones, billeteras, anteojos de sol y carteras. Esa combinación constituye un cierto patrón, pues se repite en todas las cuadas (a veces tienen uno solo de esos productos, pero muchas veces venden todos esos juntos).

Más allá de ese caso, los vendedores, en su mayoría peruanos, se especializan en un tipo de mercadería: solo medias, solo monos y vestidos, solo camisetas de equipos de fútbol, solo juguetes.

Los puestos no tienen venta mayorista. Suelen tener ofertas/promociones, y colocar carteles: “REMERAS 1 x \$50 / 3 x \$120”. En esos casos, cuando se trata de un pantalón que en un local se consigue a \$120/150, los manteros suelen ofertar 3 por el mismo precio. Según los comerciantes, se trata de productos de calidad inferior, y ahí es donde surge la cuestión de la competencia desleal, porque el peatón compraría el ofertado por el mantero, sin comprobar la calidad del comerciante. Según algunos dueños de locales, con las primeras lavadas de una calza comprada en la calle, uno puede ver que el producto del mantero es muy malo y que no dura; sin embargo, los clientes preferirían comprar por esos precios competitivos. Los precios no están a la vista ni tampoco los productos vienen o tienen etiqueta, sino que hay que preguntar y no hay mucho lugar al regateo. En el mismo sentido, puede decirse que la venta es totalmente informal y no hay recibo, ni ticket, y se paga en efectivo. El mantero puede tener su dinero encima, en el bolsillo, riñonera o bolso. No hay probadores pero sí hay devolución en el caso que el mantero tenga el talle que precisa el cliente.

En cuanto al origen de la mercadería, afirmamos que se trata de imitación de marcas y modelos copiados de locales: algunas veces se trata de falsificaciones de una marca en particular (especialmente las deportivas, que son mundialmente reconocidas) y en otras de copias de modelos de prendas en general. Hasta donde logramos recabar, estos artículos industrializados y de reventa, llegan a la feria a partir de compras a proveedores de La Salada o de productores de Once. Si continuáramos profundizando el origen de estas prendas, probablemente daríamos con talleres clandestinos, pero eso constituye en todo caso una hipótesis y no una afirmación que podamos sostener.

En una investigación adicional pudimos recabar información acerca de otros movimientos de mercadería que esta solapado pero que pareciera que es habitual para un sector de los vendedores. Hay comerciantes que concentran grandes cantidades de mercadería en depósitos o locales grandes en la zona. A partir de aquí se distribuye a los vendedores que, o bien pasan a buscar la mercadería que necesitan, o bien salen algunos vehículos que reparten la mercadería y a los vendedores a sus puestos de venta.

Los manteros traen sus mercaderías consigo desde sus casas, o bien las reciben de sus patrones, dependiendo de la relación laboral dentro de la cual se inserten. Por ejemplo, hay quienes trabajan para patrones y quienes trabajan dentro de grupos familiares (más y menos amplios). Suelen estar estacionadas en la calle, detrás de sus puestos, camionetas llenas de mercadería y se observan personas descargando esos bolsones a los que ya nos referimos (y que cargan sobre el hombro o con los mismos carritos que se venden en la vía pública a los comerciantes del interior).

3- LOS PUESTOS:

La cantidad de puestos establecidos es tal que a simple vista resulta difícil dar números, pero sobre la Avenida, entre Lamarca (al 3400 de Avellaneda) y Nazca (al 2900), se encuentra la mayor concentración. Los manteros aparecen muy temprano y bajan de las camionetas de los distribuidores que les facilitan sus mercancías, los bolsones llenos de los productos que venden. De acuerdo al día, llegan a colgar sus prendas desde las rejas de los propios locales establecidos formalmente. Este es el caso de los comercios cuyos dueños son judíos religiosos u ortodoxos, que durante el sábado no ejercen sus actividades comerciales: como el espacio queda momentáneamente libre, las puertas de esos locales que no abren son copadas por manteros.

4- VENDEDORES: CARACTERIZACIÓN y 5. FUNCIONAMIENTO / ESTRUCTURA INTERNA. REGULACIONES Y EXTRALEGALIDADES.

(Puntos 4 y 5 realizados de manera conjunta)

Puede decirse que la mayor parte de las personas que trabajan en la Avenida Avellaneda son mujeres. Asimismo, podríamos afirmar que el tipo de prendas que son ofertadas varía de acuerdo al género: es más común encontrar mujeres vendiendo vestidos, zapatos femeninos y monos, y hombres vendiendo artículos deportivos, camisetas de fútbol y dispositivos de electrónica (zapatillas, auriculares). De acuerdo a nuestras visitas y entrevistas, existen varones y mujeres de 16 hasta alrededor de 60 años y más trabajando en la feria. Probablemente la distribución más significativa se dé entre los adultos jóvenes, desde los 18 hasta los 40 años. La presencia de niños pequeños acompañando a sus padres es muy menor y casi marginal. Asimismo, si bien hay menores de edad (por ejemplo, de 16 años) e incluso ancianos trabajando en la feria, su presencia también es muy menor frente a una mayoría de entre 20 y 30 años.

Predominan en la feria trabajadores de origen peruano, seguidos por bolivianos y en menor medida por paraguayos y argentinos. Finalmente, se hallan los vendedores de origen africano (senegaleses o zimbawenses). Podemos tomar el primer grupo de manera amplia para establecer que se especializan en la venta de prendas de vestir (casuales y deportivas) y también en juguetes, artículos de electrónica/celular, y otros. En el caso de los vendedores africanos, como dijimos antes, su mercadería está marcadamente restringida a cuatro ítems: relojes, anteojos tipo “Ray Ban”, carteras/billeteras, cinturones.

En cuanto a las vestimentas y aspectos de los manteros, se aprecian prendas ligeras y cómodas. Nosotros realizamos las visitas a la feria durante la primavera y comienzos del verano, y por el calor, casi todos usan musculosa o remera y pantalones cortos, aunque las mujeres también visten jean o calzas. Esto en el caso de los peruanos, bolivianos y paraguayos. Si nos tuviésemos que referir a los vendedores africanos, notaremos que su vestimenta es diferente a la de los anteriores. Aquí, la nacionalidad deviene en una variable que hace no sólo al tipo de prendas ofertadas (especialización en los rubros ya mencionados), sino también al estilo y a la vestimenta que se luce (proyectando una mayor elegancia) y por último, que no comprende variaciones en función del género, pues todos los vendedores en la vía pública de origen africano son varones.

El tipo de trabajo que se ejerce en la feria y el nivel de ingresos percibidos dependen de la relación laboral en que se encuentre la persona en cuestión. Podría hablarse de algunas tipologías que intentaremos describir. Primero, hallamos a personas cuentapropistas que llevan años en la feria; reponen la mercadería con sus ganancias comprando a proveedores mayoristas de la Salada u Once. Estos “emprendedores cuentapropistas” suelen ampliarse: en la medida de sus posibilidades, contratan “empleados” que revenden su mercadería. Los empleados pueden ser familiares, amigos o conocidos de los emprendedores, y se inscriben en una relación laboral de patronazgo. Es decir, más allá del vínculo emocional o afectivo que ligue a las partes, uno se vuelve patrón y el otro su subordinado. En razón de esta situación, el empleado vende la mercadería en un segundo puesto, es decir, establece una segunda manta donde oferta la mercadería de su patrón. A lo largo del día, el empleado deberá registrar en un cuaderno o anotador, las ventas del día para remitir luego a su patrón. En tanto empleados, los subordinados participan de las ganancias en forma de salario y no en comisión por lo vendido o en porcentajes, o sea, la relación no es horizontal y no se distribuyen los ingresos de manera pareja sino de acuerdo a las jerarquías.

(Relaciones de empleo: En una segunda mirada a través de una incursión a campo más profunda, donde se intento participar directamente de las relaciones laborales que median en el lugar, se pudo observar otra instancia que no se verifico a simple vista o por medio de las entrevistas en profundidad, la incursión realizada se baso en intentar mimetizarse como vendedor ambulante independiente y generar un espacio de trabajo propio frente a uno de los locales, la respuesta recibida tanto por parte de los comerciantes como de los vendedores apostados en el lugar fue que “no era posible establecerme ya que el espacio ya estaba ocupado por otra persona” (Que en ese momento no estaba, pero vendría en cualquier momento). Mi presencia genero ciertos movimientos y preguntas tales como: De donde venia o quien me había

mandado, además de despertar ciertas alarmas en la cuadra lo que se materializo, de acuerdo a mi percepción, en miradas cruzadas , observación de la mercadería que no era habitual y acercamientos de otros vendedores para darme algunos consejos en cuanto a mi permanencia : Los mismos se basaban en ver la posibilidad de tener un padrino o contar con la asistencia de un encargado al cual pudiera responder en caso de “necesidad”. Otro de los movimientos que pude observar luego de varias horas de permanecer en el lugar y sobre todo los días siguientes cuando me apostaba nuevamente, era la mayor frecuencia y circulación de los móviles de patrulleros de la Policía Federal, con los cuales no tuve en principio inconvenientes (hasta podía saludarlos y asentirles con la cabeza que estaba todo bien, cosa que había observado que muchos de los vendedores vecinos hacían ante la presencia policial) , seguramente mi sugestión hacia que sintiera que , a la vista de los demás , nadie sabía de dónde venía , quien era y que es lo que realmente hacia, motivo por el cual en un momento decidí preguntar dónde podría encontrar a quien era el responsables de la cuadra y me remitieron a un comerciante de la zona que se encargaba de la mercadería y de la custodia del espacio público. Este procedimiento da cuenta de un doble Standard en cuanto a las relaciones que se dan en la feria, por un lado la apariencia de una libertad de utilización del espacio y de trabajo, pero por otro, una organización que roza lo delictivo, ya que opera en un sentido extra-legal, brindando seguridad y protección a cambio de efectivo y/o trabajo informal. Obviamente esta red , de acuerdo a lo que pude indagar con los vendedores vecinos, con los que compartía el lugar , remite en última instancia al Comisario de la zona y sus tentataculos , entre los coordinadores (Supuestamente Policías de Civil que pasan a recaudar una vez cada mes) y los Comerciantes Mayoristas devenidos en empleadores a los cuales describiré más detalladamente.

Los niveles de ingresos dependen, entonces, de esta estructuración de la relación laboral. Según lo referido por los informantes, sumando sus ingresos a los de los demás miembros de la familia, la remuneración percibida por trabajar en la feria permite a los vendedores mantenerse y a sus familias, aunque en ocasiones también complementan este trabajo con algún otro oficio u ocupación de tiempo medio.

Destacaremos de las estrategias comerciales, que no se mantiene un estilo donde el vendedor oferte su mercadería anunciándola a los clientes con la voz o publicitándola con carteleras. Al contrario, no hay signos, ni letreros, y es muy poco frecuente escuchar que alguien dé a conocer sus productos gritando lo que oferta. Algunos manteros sí anuncian sus productos sólo cuando un potencial cliente se muestra interesado. Entonces, el mantero se acerca y le demuestra al cliente que está para atenderlo y que todo lo que posee puede ser tocado por él para comprobar la calidad, o bien que puede extender una prenda para ver si el talle es el indicado y si le convence.

Si nos referimos a la estructura organizacional, diremos que las estrategias implican arribar temprano por la mañana para preparar el puesto lo antes posible y con tiempo, a eso de las 8 u 8 y media de la mañana, de manera de estar trabajando a las 9.

Para poder instalar un puesto, se negocia con los coordinadores de la vereda y con los comerciantes de los locales, de manera de no generar una competencia desmedida con la mercadería que ellos ofrecen. En ese sentido, se prioriza instalarse más

apartado de un local que vende lo mismo para preservar las buenas relaciones entre competidores. Por otro lado, si bien esto se intenta frecuentemente, la concentración de manteros es tan densa que es irremediable para el comerciante que la mercadería ofertada fuera de su local, sea más rápidamente accesible que la que expone dentro. Por ello, algunos comerciantes sacan a la calle percheros con prendas o algunas cajas con una selección de artículos para que los clientes que transitan por la zona también se detengan en el mismo espacio que los manteros, a ver sus mercaderías. Esto funciona con mayor y menor éxito, pero también aliviana las relaciones entre los manteros y los empleados de los locales, pues se los puede ver conversando. Para concluir este punto, es indudable que los dueños de los locales no se sienten para nada cómodos con este mínimo de negociación al que algunos manteros se refieren, y que preferirían a toda costa verlos completamente erradicados de la zona

En cuanto al manejo del dinero, no hay mucho para decir, salvo que los manteros manejan su efectivo guardándolo en: bolsillos, billeteras, riñoneras, bolsas (mujeres), monederos. Cuentan con suficiente cambio para aceptar billetes de alta nominación, y en caso de faltarles, se acercan a algún compañero lindando a su puesto o a su patrón, y consiguen la suma que precisaban.

La relación entre los vendedores es amable y cordial: el compañerismo y la camaradería imperan. Existe una suerte de interdependencia en la cual todos se ven implicados: cada quien cuida su puesto y sus negocios, pero también se respaldan mutuamente para que a nadie le falte nada o que nadie se aprovechase de la distracción o ausencia de otro. Es decir, nadie toma ventaja de nadie; todos cuidan de todos. Conscientes de su precariedad, de que ejercen una actividad que implica una contravención, esta red de apoyos recíprocos sostiene la estructura operativa de la feria: de no ser buenos compañeros, no podrían coexistir y realizar sus ventas con regularidad. Gracias a las buenas relaciones que mantienen unos y otros (si bien hay familiares, muchos vendedores se hacen amigos de sus vecinos y compañeros) es que pueden permanecer día tras día. Tal vez lo que intentamos transmitir es que a partir de esa situación de inestabilidad en que cada uno se halla de manera separada, en la asociación y respaldo mutuo se genera una suerte de cadencia que habilita a la feria a subsistir y a reproducir su lógica en las sucesivas cuadras a las que se expande. Asimismo, de este compañerismo surgen las mismas normas que evitan problemas, discusiones y tensiones entre los vendedores. Por otro lado, pueden darse expulsiones de un puesto si una persona comete faltas a estos códigos de convivencia tácitos: si una persona roba, si se propasa con otra, si intenta tomar ventaja, si alguien ajeno a la feria de instala repentinamente en un puesto ya ocupado o no trata con los organizadores de la cuadra. En casos de faltar a la contaduría de las ventas realizadas, el patrón echa a su empleado y el coordinador se ocupa de no volver a verlo: los restantes manteros se enteran de la falta y reprochan la conducta de esa persona despedida.

Como se sugería en otro punto, el día sábado es el de mayor concurrencia de clientes, por la tanto también de vendedores que hacen proliferar sus puestos y casi se duplican en cantidad respecto de los días de semana, pareciera que no hay control alguno de los espacios y los lugares donde cada uno se asienta, sin embargo, los que siempre están durante la semana, permanecen en sus lugares habituales, los que únicamente

arriban los sábados se van instalando en las cuadradas subsiguientes y las transversales a la Av. Avellaneda, haciendo que la feria se extienda hacia los lados y hasta sobre la calle desbordando las veredas. Aparentemente no existe control alguno en este día tan particular de venta, los espacios son ocupados en su totalidad y los vendedores de bebidas y comidas deambulan por todos los espacios disponibles para caminar entre el público, lo que hace aun más pesado y difícil transitar y por supuesto mantener el orden y la seguridad. La policía en este caso no da abasto para mantener el orden, tanto de tráfico como del espacio público, son frecuentes los gritos de alguien desesperado porque lo hurtaron y reclama que atrapen al ladrón, a lo que la policía responde (en este caso uniformada) corriendo atrás de los pillos con autos, bicicletas o a pie para darle alcance, cosa que rara vez he visto que lo logren. Todo este caos no afecta en nada el funcionamiento de la feria en este día, que continúa desarrollando sus actividades, tanto manteros como comerciantes y público consumidor, como naturalizando estas situaciones, lo que da cuenta de una total resignación ante el modo de funcionamiento del lugar. Por lo tanto este es el mejor día para un iniciado que quiera ingresar a la feria, todos venden y están contentos, no hay controles y esto hace que todos se relajen un poco, los lugares disponibles son ocupados sin más y los productos se multiplican en variedad y surtido. Los inconvenientes surgen durante la semana ya que bajan los clientes y las ventas, los espacios más transitados son los más apetecibles, que por cierto ya están ocupados y son los que están asignados previamente y controlados a través de las redes que describíamos, en estos días, mi experiencia da cuenta de que todo es negociación y adaptarse a los mecanismos de funcionamiento del lugar.

Para ahondar más en esto último, nos referiremos a la presencia de patronos y coordinadores. Los primeros han sido descritos anteriormente: se es patrón en relación a otro subordinado que deviene empleado y a quien se le paga un sueldo por trabajar vendiendo la mercadería propia. Los segundos, los coordinadores, son personas que llevan mucho tiempo en la feria, inclusive, algunos de ellos son de los primeros en haberse instalado allí. Estos coordinadores se ocupan de controlar que no haya incorporaciones repentinas a una cuadra, es decir, que personas externas a la feria no se instalen sin mediación previa. En suma, se ocupan de garantizar que los puestos se respeten para quienes se encuentran trabajando allí regularmente. Para ello, cobran un monto (mensual) que es de alrededor de \$400. De existir vínculos entre la red de manteros que ocupan el espacio público en la feria con la policía, estos coordinadores son personajes que tendrían mucho que ver con esa relación, pero las entrevistas y observaciones realizadas no permiten inferir demasiado. En cambio, de entrevistar a comerciantes establecidos formalmente en locales, sí encontraremos testimonios que indiquen que la policía cobra montos a estos coordinadores por permanecer en la zona.

Relación entre cobradores y policías: Esta parte ya escrita (Coloreada en celeste) resume mucho de las relaciones internas de la feria en cuanto a regulaciones y extralegalidades, del modus operandi de los Coordinadores (Policías de Civil) que se pudieron constatar en la incursión personal refieren sobre todo a los puesteros independientes y aquellos recién llegados, entendemos, por comentarios de algunos de los vendedores que consultamos, que estos remiten directamente al Comisario y

todo lo recaudado va a parar a la comisaria, ante cualquier negativa a colaborar, siempre aparece la amenaza de enviar a la brigada, seguramente un cuerpo especial, la cual es la garantía de última instancia para disciplinar y mantener el control sobre la zona . Estos coordinadores también recaudan a partir de mantener un contacto fluido con los “Patrones”, aquellos que definimos como los que tienen un local de acopio de mercadería y dan trabajo a los empleados y revendedores, (desconocemos los montos y porcentajes), pero la operatoria es la misma , solo que tratan con una sola persona que emplea a varios manteros y le brindan seguridad y permanencia a los dependientes de aquellos.

Para las relaciones laborales entre los Patrones y los empleados y revendedores haremos referencia más amplia en la grilla de trayectorias personales.

PRESENTACION DE INFORMACION PRIMARIA SOBRE TRAYECTORIAS SOCIALES DE LA FERIA

Nombre del entrevistado: Nora⁷

Sexo / Edad: Mujer -. 48 años

Nivel educativo: Secundario - Administración

Lugar de nacimiento: Perú

Criterios de selección del caso: Se tomó en cuenta a esta persona dado que hace más de 6 años que está en la Argentina y 2 años que frecuenta la feria, su nivel educativo y expresivo es importante para que podamos entendernos en cuanto a la comunicación. Por otro lado es mayor de edad, madre y tiene una familia por la que responder. Me pareció una persona seria y con ganas de contar su experiencia como Mantera en la zona de Av. Avellaneda y con cierto conocimiento de los entramados que se suscitan en este ámbito que, a simple vista, no se observan y ella puede hacerlo dada su doble condición de Mantera algunos días de semana y vendedora ambulante de comidas en todo el ámbito de la feria los días de semana.

He estado observándola toda la semana y he interactuado con ella en varias oportunidades y ya me ha comentado aspectos tanto de la relación de los manteros como de su situación personal por lo que entramos en afinidad para poder realizar una entrevista en un ámbito adecuado cerca de la feria y de su puesto que se ubica a 30 mts. De la Av. Principal (AV. Avellaneda) sobre la calle Argerich.

Lugar de Nacimiento: Perú, Departamento de Chanchamayo (Zona Centro) Ciudad de Punincha

Donde Vive: Barrio de Flores – C.A.B.A.

Nombre del entrevistado: Hector

⁷ Los nombres propios han sido modificados, para preservar la identidad de los entrevistados.

Sexo / Edad: Varón 48 años

Nivel educativo: Secundario

Lugar de nacimiento: Lima - Perú

Explicitar criterios de selección del caso: La decisión se tomo dado que tiene un puesto bastante extenso en una de las esquinas más concurridas de la feria: Sobre Av. Avellaneda en intersección con Nazca. Es una persona de mediana edad que hace 14 años que está en País y es proveniente de Perú, como la mayoría de los manteros, tiene hijos grandes y toda su familia radicada en el país. Se lo ve bastante activo y aparentemente con buena concurrencia de público, lo que sugiere que vende bastante bien. Una característica importante es que es bastante accesible y relajado y no tendría problemas en volver a realizar una entrevista en profundidad en otro momento.

Lugar de Nacimiento: Lima – Perú

Donde Vive: Mataderos – C.A.B.A.

Nombre del entrevistado: Lía

Sexo / Edad: Mujer, 23 años

Nivel educativo: secundario

Lugar de nacimiento: Lambayeque, Perú

Explicitar criterios de selección del caso: Es una joven que vino al país hace menos de un año desde Perú. Según explicó, podemos rastrear su presencia aquí hace siete meses, a partir de sus experiencias laborales, las cuales comprenden haber limpiado casas de familia, cuidado niños pequeños, y también haber trabajado en una (o varias) panadería. Al momento de realizar la entrevista, sólo se dedicaba a vender prendas de mujer (monos) como mantera en un puesto sobre la Avenida Avellaneda al 2993, apoyada sobre un cantero diseñado para erradicarla de la zona. Sin embargo, esa ubicación era meramente coyuntural: es empleada de una patrona y no decide dónde se ubica sino que lo hace dependiendo del día y de dónde le indique su empleadora (aunque siempre se halla trabajando en la misma cuadra y nunca en un lugar muy apartado del anterior). En este momento contaba con 4 variedades de mono con estampados diferentes y un quinto estilo, todo negro, liso. Según ella la mercadería es estacional y se renueva conforme pasan las semanas, pues comprará con su patrona nuevos modelos en la Salada. Comprobamos que eso varía en función del volumen de ventas: si un modelo no se vende demasiado, lo conservan hasta agotarlo, y sólo reemplazan los modelos ya agotados con nuevas variantes y estilos. El horario que cumple es de 9 o 10 de la mañana, hasta las 17:30 o 18 horas.

Nombre del entrevistado: José

Sexo / Edad: Varón, 35 años

Nivel educativo: secundario

Lugar de nacimiento: Lima, Perú

Explicitar criterios de selección del caso: Después de entrevistar a Lía, ésta nos presentó a José, quien trabaja en la misma vereda a unos metros de ella y también es peruano. Para recordar, ambos se encuentran sobre la Avenida Avellaneda en la primera cuadra, que es la más transitada: entre Nazca y Argerich, llegando a Argerich. El criterio que se siguió, consistió en darle continuidad al tipo de informantes con los que contactamos antes, porque hablando con los manteros de la zona comprobamos que muchos de ellos eran peruanos. En el caso de José, tenemos un vendedor que sólo se dedica a ofrecer medias tipo soquete deportivas (marcas Puma, Nike, falsificadas). En otro momento tal vez tuvo otro tipo de prendas, pero en el último tiempo sólo medias, y ahora en verano, solo trabaja con las cortitas. En ese sentido, también cumplía un criterio que sigue el tipo identificado de vendedores: los manteros se especializan en un tipo de prenda o de producto y sólo venden eso, pues no compiten con sus compañeros colindantes y así intentan competir lo menos posible con el local que tienen justo delante suyo.

INTRODUCCION

Al primer golpe de vista, cuando uno asoma a las inmediaciones de la Av. Avellaneda por primera vez y comienza a recorrerla desde su intersección con la Av. Nazca, se da cuenta del perfil social que prevalece entre los vendedores que se amontonan sobre la vereda de ambas manos para ofrecer su mercadería, desde el suelo, sobre mantas, con pequeños escaparates que hacen de sostén, algunos móviles, otros rígidos, pero por sobre todas las cosas precarios.

Temprano llegan desde todas partes, caminando o en vehículos utilitarios, con grandes bolsos azules y carros de mano, con atados de ropas y chucherías de dudosa procedencia (Repito: para quien se acerca por primera vez). Personas que ya tienen el rostro cansado y las manos ásperas, las ropas sucias y el pelo encrespado, como si la semana no terminara nunca y como si cada día continuara con el otro de una manera infinita y sin solución de continuidad.

Con respecto a pobres, de una pobreza urbana, donde el estilo de vida se caracteriza por lo masivo del consumo, el andar apresurado y la constante desconfianza del entorno y lo desconocido.

En su gran mayoría son rostros de inmigrantes, pieles oscuras y cuerpos pequeños, indicios de culturas del altiplano, que poco a poco se deja ver a través de los gestos, los modismos, las tonadas y las costumbres. Provenientes de Perú en su mayoría, Bolivia en gran número, de Paraguay algunos y unos tantos africanos muy visibles y distintos que sobresalen por su propia idiosincrasia y aspecto.

Una vez organizados los espacios y las mercaderías, todo es uniforme, los pobres urbanos han establecido sus propias reglas en cuanto a distribución espacial y productos, que ofrecen a los transeúntes: que provienen del interior del País en grandes ómnibus preparados para tours de compras, comerciantes, cuentapropistas, en su mayoría minoristas o tenderos que arriban al lugar para comprar en los

comercios al mayoreo y de paso adquieren algunos artículos a los manteros y revendedores que cruzan en su camino.

Toda la usurpación ahora convertida en feria o mercado alcanza su paroxismo al mediodía, donde esa mezcla de vendedores y compradores es uniforme en su composición social ya que no hay diferencias entre unos y otros, siempre el regateo y la obtención del máximo beneficio hacen a un capitalismo primitivo, utilitario, entre actores independientes de un estrato social bajo, sin ningún tipo de organización y control, librados a la intemperie de un sistema social que no los incluye y que aun permite que existan tan solo por indiferencia.

Son los inmigrantes excluidos del mercado que en una economía de subsistencia permanecen a la espera de una nueva oportunidad.

EJES TEMATICOS

1) PERFILES SOCIALES REPRESENTADOS / TRAYECTORIAS EDUCATIVAS /FAMILIARES / LABORALES /ESTRATEGIAS FAMILIARES EN TORNO A SU ACTIVIDAD.

Como se dijo en la introducción, el perfil social predominante en la Feria de la Av. Avellaneda es de un estrato socio-económico bajo, extranjeros en su mayoría provenientes de Perú y Bolivia.

No obstante ello coexisten al interior del sub-conjunto de este tipo de inmigrantes, distintos roles claramente asignados, grados de parentesco que se identifican y relaciones de poder que se observan en las interacciones cotidianas de los mismos y surgen de las entrevistas en profundidad realizadas, se juegan una serie de valores y tradiciones que permanecen desde sus países de origen y son trasladadas a las nuevas generaciones. Ej.: en la forma de vender y de exponer su mercadería que remite a las ferias de del trueque y las artesanías Incaicas, la forma de hablar, las palabras utilizadas, las tradiciones encarnadas en la religión, las comidas y la música que se comparten y crean un ambiente especial que remite a la idiosincrasia de la región Andina.

Por estos motivos podríamos decir que la gran mayoría de los “vendedores ambulantes” (Según la definición que ellos mismos se atribuyen) remite a una economía familiar de subsistencia, si bien se asocia a la tipología de “cuentapropistas”, es una tipología muy particular ya que únicamente cuentan con la fuerza de trabajo y unas cuantas prendas como inversión de capital.

No se observan grandes estructuras de producción y de comercialización, la informalidad es la característica principal y el trabajo en negro así como la comercialización hablan de un mercado informal que se desarrolla al aire libre y de

acuerdo a la oferta y la demanda ocasional, no por las leyes de la macro-economía y aun por fuera de las variables de la micro-economía en muchos casos.

Pareciera que los lazos de parentesco y los patrones de conducta asociadas a estos son los predominantes en las relaciones económico-sociales, muy distinta a las relaciones de la economía de mercado donde prima el interés (Polanyi: 1944), para el ingreso a la feria y a un lugar en el espacio público es necesario contar con el aval de un conocido, familiar o amigo que pueda hacer ingresar al nuevo participante, una vez establecido éste, luego de haber “negociado” con el entorno, esto es: comerciantes , otros puesteros y aun competidores, recién se puede ejercer de pleno la actividad de vender un determinado tipo de mercadería.

Como decíamos en el apartado de Estructura, el día mas indicado para el ingreso de alguien que no tiene contactos dentro de la feria es el sábado, este día es en el que todo el mundo, propios y extraños , vienen a ofrecer su mercadería y no hay ningún tipo de control, cierto que los espacios principales ya están ocupados sobre la Av. Avellaneda, por lo que se van ubicando en las laterales y los espacios más alejados del centro neurálgico que es la Av. Nazca y Av. Avellaneda. Luego durante la semana, únicamente quedan aquellos que son “estables “ por decirlo de alguna manera y que normalmente dependen de un patrón o bien se las arreglan para seguir siendo cuentapropistas.

Como dijimos, casi siempre el ingreso es a partir del primer inmigrante que arribo al país, sea este el Jefe o Jefa de Hogar proveniente del país de origen, que buscando nuevos horizontes llega con la ilusión y el imaginario que en Argentina hay posibilidades de trabajo y organización social para el desarrollo tanto de los primeros arribados como para toda su familia.

Este imaginario juega muy fuerte en temas como educación, salud , crecimiento y otras variables sociales que son aprovechados al máximo por los agentes analizados, si bien surge de las entrevistas que muchos de los casos tienen una formación educativa formal primaria completa y hasta secundaria (difícil de comprobar) , sí expresan el interés de que sus hijos terminen sus estudios básicos y se incorporen a algún tipo de estudio formal terciario o universitario, “Ya que sería el único medio por el que podrían superarse “ (Entrevista a Nancy: 22/11/14).

Así, una vez establecido el Jefe/Jefa de hogar comienzan a arribar los demás integrantes de la familia, Esposa/o, hijos, hermanos/as y hasta padres o abuelos. La estrategia es incorporarlos tanto a la vida social como laboral, toda la familia habita en el mismo lugar, casi siempre en algún conventillo o casa compartida con otras familias de inmigrantes, en zonas cercanas al lugar donde desarrollan gran parte de su actividad y casi siempre donde se asienta un gran numero de la comunidad. {No es casualidad que la zona metropolitana sea una de las zonas con mayor número de asentamientos de inmigrantes Peruanos, Bolivianos y Paraguayos (Mas del 50 % de los inmigrantes arribados entre 2003-2010 son de origen Peruano. (CNPHV –INDEC 2010). Y que la feria de la Av. Avellaneda este inserta en los barrios de Flores/Floresta donde la densidad demográfica de esta inmigración es proporcionalmente mayor que en otros lugares.

Surge de las entrevistas que no es la Feria el primer lugar de trabajo del primer inmigrante arribado, o por lo menos no es el único tipo de trabajo que realizan, alguno recién arribado se incorporo a la construcción, otros en casas de familia y algunos trabajos menores como delivery o entretenimiento para chicos.... Sí, todos apelan a que las condiciones económicas de un trabajo formal no alcanzan para la subsistencia y a la vez son más exigentes, por lo que siempre hay que tener un recurso extra para llevar adelante la economía familiar, habitualmente los Jefes y Jefas de hogar tienen otro trabajo además de estar en la Feria y de aquí se desprende que toda la familia aporte su tiempo para poder desarrollar esta tarea en la vía pública.

En una conversación informal con uno de los vendedores (Darío: 40 años) vendedor de Anteojos símil Ray Ban, apostado sobre la Av. Avellaneda, el comentario fue que recibía una comisión por la venta de sus productos que los tomaba en consignación de un mayorista, al final del día debía rendir su mercadería a l mismo y de allí sacaba su ganancia, que según El le permitía subsistir de una manera digna , teniendo en cuenta que trabajaba todos los días de la semana , pero libremente, me comento que le servía mas esta actividad , que un trabajo formal donde tendría que cumplir horarios y las mas de las veces le pagan muy mal, además de que las condiciones de contratación eran pésimas (no sabía a qué tipo de trabajo se estaba refiriendo puntualmente) seguramente esta postura llevo a muchos a buscar una actividad autónoma y a intentar independizarse , cosa que no todos logran y terminan cayendo en las redes de trabajo informal que es la posibilidad ultima (o primera) que encuentra una persona para continuar con el imaginario antes dicho.

Esta doble actividad les permite completar ingresos para la economía familiar y a la vez poder sostenerse en momentos en los que el mercado de trabajo formal los expulsa en periodos de recesión o crisis, donde pasan a ser una masa marginal del mercado de trabajo (Nun: 1999) a la espera de eventuales ciclos de crecimiento que pueda absorber la mano de obra ociosa.

2) ESTRATEGIAS DE INGRESO / MODO / HISTORIA DE INGRESO A LA FERIA / TIPO DE ACTIVIDADES QUE REALIZAN EN LA FERIA / ACCESO A LA MERCADERÍA / ORGANIZACIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO / RELACIÓN COMERCIAL – COMPRA-CONSIGNACIÓN.

La dinámica de la incorporación como vendedores ambulantes a la feria relatada esta signada por la informalidad a partir los contactos, tanto familiares como de los lazos de la comunidad (En este caso Peruana), los más antiguos incorporan a los recién llegados, tanto en referencia a la ocupación del espacio como con la provisión de la mercadería inicial (las cuales son manufacturas, no de producción artesanal), que son adquiridas por los propios vendedores en lugares tan dispares como podrían ser otras ferias (La Salada en Pcia. De Buenos Aires) o los mismos locales mayoristas del lugar o de otros barrios como Once (C.A.B.A.).

También se pudo detectar a partir de la nueva incursión a campo la existencia de “Distribuidores” , esto es : dueño/s de grandes locales ubicados en los pisos de un edificio o al fondo de de una galería, sobre la Av. Avellaneda o en las inmediaciones, locales muy grandes , amplios , con la mercadería a montones y desparramada por

todos los rincones, con todo tipo de artículos y muchísimo movimiento, estos distribuidores son los que acopian toda la mercadería y generan los modos de contratación de los vendedores que en principio detecte tres, pero podría haber más : Venta mayorista a los cuentapropistas – mercadería en consignación a vendedores informales – Contratación precaria de empleados, a estos últimos le he prestado mayor atención.

En este lugar el producto habitual son las prendas industrializadas para todo tipo de consumidores en cuanto a sexo y edad, podría decirse que la mayor cantidad es de fabricación Nacional y de baja calidad, el precio es determinante a la hora de ofrecer un producto ya que se establece una relación entre los consumidores de un estrato socio-económico bajo y los precios económicos de los productos , esto hace atractiva la oferta y posibilita la maximización del beneficio para ambas partes del negocio.

De este modo, una vez adquirida la mercadería el paso siguiente sería instalarse en algún espacio disponible a lo largo de una de las aceras de la Av. Avellaneda, lo que no resulta demasiado complicado, dada que la gran cantidad de puestos y vendedores del lugar que hace que todo el mundo pase desapercibido en un primer momento. Hay dos condiciones que parecen ser las básicas para acceder a un lugar destacado: La antigüedad y las relaciones con el entorno.

Así se van construyendo las relaciones de poder al interior de la feria, la cual en un primer momento genera una dependencia apoyada en el parentesco y la confianza, la necesidad de trabajo rápido y sin demasiados esfuerzos para la obtención del capital inicial permiten establecer una base de apoyo, para luego intentar desarrollarse en otras direcciones, en algunos casos como cuenta propias, en otras corriéndose de la venta ambulante para acceder a un trabajo dentro del mercado formal y la mayoría de la veces manteniendo el puesto ambulante y a la vez trabajar part-time en otras actividades, tanto formales como informales dependiendo de los ciclos de la economía en general.

En muchos de los casos y dadas las economías familiares de subsistencia que predominan, el mismo ciclo descrito, esto es: arribo – obtención de mercadería - inicio y toma del espacio – transferencia a nuevos familiares , se repite y así van rotando varias generaciones de vendedores dentro de un mismo núcleo familiar que mantienen el espacio y el capital para continuar con la cadena de comercialización, suponemos que, cuando ya no hay mas arribos y transferencias dentro de la familia nuclear o la familia extendida, o se pudo acceder a un nuevo tipo de actividad más rentable fuera de la feria o por el motivo que fuera, recién se da un nuevo formato que es la venta o locación del lugar a terceros de la misma colectividad que inician el proceso nuevamente, lo que da a entender porque es tan importante la antigüedad ya que con el tiempo y el sacrificio de haber estado y permanecido se estaría pagando un derecho de piso importante que no se está dispuesto a regalar.

3) ESTRATEGIA-RACIONALIDAD-MOTIVACIÓN ECONÓMICA / VALORACIÓN DE SU TRABAJO

Lo que se puede observar es que no hay un solo motivo para la acción de cualquiera que ingrese a la feria, coexisten aquí acciones de carácter valorativo, tradicionales, afectivos y racionales con arreglo a fines, según los tipos ideales de acción elaborados por Max Weber, (Weber: 1964) determinados en este caso por la necesidad apremiante de insertarse en las tramas económicas y sociales que surgen de las relaciones antes mencionadas al interior de la comunidad.

Pero a medida que pasa el tiempo y la inserción de un nuevo miembro se va fortificando tanto simbólicamente como materialmente, todas las acciones tienden a ir confluyendo hacia un solo tipo de acción racional, una vez que las tradiciones y regulaciones parentales están naturalizadas y las acciones afectivas regidas por la confianza no necesitan seguir demostrándose, quedan las acciones orientadas por valores subjetivos y las acciones racionales sujetas a un fin cuyo medio es la actividad que realizan sabiendo que es una transición para llegar a determinados logros.

A partir de aquí lo importante es la diferencia de precio que se puede obtener en la compra / venta de los productos, esta diferencia es la que está determinada únicamente por la oferta y la demanda del lugar y el momento presente, lo que les permite obtener una ganancia como retribución al final del día.

La dinámica interna del mercado laboral es bastante heterogénea, conviviendo entre una economía familiar de subsistencia, donde padres, hijos y hermanos trabajan juntos o en distintos puestos pero contribuyen a una caja común, no podría decirse que cobran un salario diario, semanal o mensual, tampoco que haya una relación de dependencia en lo laboral, estas familias realizan estas prácticas como una actividad más entre otras que les permite llevar adelante su propia reproducción.

Junto a estas familias, existen vendedores independientes que auto-regulan su participación de acuerdo a las necesidades diarias y lo cambiante del mercado. Seguramente son aquellos que han logrado separarse económicamente de la familia original y pudieron continuar con su propio emprendimiento. Los que más han podido sostenerse en el tiempo dentro de la feria han desarrollado un sistema de arrendamiento de los espacios, tanto para que lo trabaje otra persona recién llegada, permitiendo obtener a quien lo alquila una renta de ese lugar, o bien otra de las posibilidades es mantener el espacio y la mercadería excedente para contratar a alguien que lo quiera trabajar a cambio de una comisión o remuneración pactada de común acuerdo.

Aparentemente como decíamos, la antigüedad juega un rol importante en la ocupación de los espacios y el control sobre los nuevos arribos de vendedores, es aquí donde pareciera comenzar un cierto grado de organización interna que lleva a la conformación y distribución de los mejores lugares que se relacionan con los más visibles para los clientes: Esquinas y siempre sobre la Av. Principal.

Una de las formas de contratación a la que le prestamos mayor atención en esta segunda incursión al campo fue la de "Empleados precarios" por parte de los patronos (Distribuidores), mi experiencia en este caso la tomo luego de haber entrado en

contacto con estos distribuidores a través de un mantero que me lo recomendó, el depósito estaba ubicado al fondo de una galería sobre la Av. Avellaneda, en un segundo piso, con no menos de una docena de personas organizando y reorganizando la mercadería, la mayoría con rasgos del altiplano. Al llegar me hicieron esperar un buen rato y al tiempo me dan una planilla fotocopiada, de muy mala calidad, para que pusiera mis datos personales, dirección, celular, etc. en una serie de no más de 10 ítems, una vez cumplido este trámite la pregunta por parte de uno de los empleados fue que mercadería quería y como la llevaría, mi respuesta fue que en realidad yo quería trabajar para ellos vendiendo, a lo que me respondieron que dejara la planilla y que alguien me llamaría en algún momento para concretar. Hasta el día de hoy nunca lo hicieron.

No obstante ello pude hablar con uno de los empleados del lugar y me lo corroboran otras entrevistas realizadas con los manteros: existen empleados que son contratados por los Patronos (Distribuidores) para que vendan su mercadería en la vía pública, estos empleados son contratados al interior de la comunidad normalmente, se les realiza un contrato informal (escrito) con normas básicas de contratación, pero sin ningún tipo de formalidad, el trabajo se realiza de lunes a sábados de 8 de la mañana a 17 horas por un sueldo promedio de \$ 1000.- más un porcentaje de comisiones según el producto y el mercado. También incluye la protección y la provisión del espacio público y los materiales de trabajo, obviamente este contrato carece de validez legal y no incluye coberturas y aportes patronales, mientras todo va bien, no surgen mayores inconvenientes, el problema se suscita ante incumplimientos por una de las partes, normalmente el empleado, por inasistencia, enfermedad, o mala predisposición, reclamo de mejores condiciones laborales, etc. En este caso automáticamente queda desplazado sin mediar aviso y en algunos casos el perjudicado acude a la justicia para denunciar la violación de sus derechos, si encuentra respuesta y testigos, cosa que difícilmente ocurra, será protegido, de lo contrario la única posibilidad es llegar a una negociación con el empleador por unos pocos pesos y terminar así la relación.

Consultados sobre la precarización y legalidad de sus actividades, todos los entrevistados convienen en que saben que lo que hacen no es legal, aduciendo que en algunas ocasiones “no les queda otra”, ya que les resulta muy difícil adherirse al sistema económico legal, dada las difíciles condiciones que se establecen para acceder a él: “En Perú, si uno quiere alquilar un local, va lo alquila por un tiempo, sin garantía y nada más, cuando no lo usa mas lo deja y ya” (Entrevista a Nora: 24/11/14).

La única justificación que se esgrime es que prefieren realizar esta tarea, aunque sea ilegal, a tener que salir a robar para auto-sustentarse. Pareciera que es un límite en la feria de la Av. Avellaneda el delito entendido como robo o hurto o la venta de productos prohibidos tanto como las falsificaciones de marcas reconocidas, las que están ausentes, ya sea por un férreo control de las autoridades o bien por un auto-control interno, cosa que no hemos podido dilucidar.

4) MODO EN QUE SE RELACIONAN CON LA ESTRUCTURA / POLICÍA / INSPECTORES / COMERCIANTES / VENDEDORES DE LA FERIA

Todas estas compras, ventas, contrataciones, ocupaciones, acuerdos y locaciones son totalmente informales, no existiendo un instrumento que avale tales acuerdos más que la palabra empeñada y la confianza como dispositivo de estructuración de las relaciones socio-económicas. Claro está que las disputas comienzan cuando se rompen los compromisos asumidos y se incumplen los pactos establecidos, pudiendo desembocar en discusiones y peleas que se dirimen normalmente por la fuerza física o del número, pero siempre al interior de la colectividad sin apelar a otra instancia superior como las agrupaciones o corporaciones o bien las instituciones del Estado.

Lo que podemos agregar en este punto es que existe un garante de última instancia del control del Orden que es la Brigada o la amenaza de la intervención de la Brigada, siempre latente y que en caso de acrecentamiento de los problemas internos, tanto entre manteros como entre comerciantes y manteros, la Policía Federal, en este caso, actúa para dirimir los problemas que surjan solo en relación al problema del orden. Por otro lado la incursión de los inspectores (C.A.B.A.) solo atañe a los comerciantes, estando inhabilitados para actuar contra los manteros si no es a través de la Policía Federal y por una orden judicial expresa que permita un decomiso o allanamiento, es aquí donde comienzan a funcionar las redes de alerta para estar al tanto de las incursiones, tanto de la Brigada como una razzia de Inspectores. Únicamente son afectados los más desprevenidos o aquellos que no cuentan con protección.

La primera negociación de los manteros por el espacio físico es con los comerciantes, ya que siempre se ubican en los frentes de algún local comercial, luego de probar y resistir con su presencia los embates del entorno, se da una relación que necesariamente tiene que estar avalada por el comerciante, dado que incide directamente en el frente de su local, esta negociación puede llevar horas, días o meses, de acuerdo a la predisposición de uno y la resistencia del otro. En algún punto los comerciantes ceden, aduciendo que: "no pueden quitarles el sustento a esta gente", lo que no significa que estén totalmente de acuerdo con esas prácticas, ya que aducen que ellos pagan sus impuestos y tienen todo en regla por lo que reclaman una protección mas férrea del Estado, cosa que aparentemente no consiguen.

En respuesta a esto, los manteros sostienen que hay comerciantes más predispuestos a permitir que ellos puedan trabajar y entablan relaciones de convivencia pacífica, habiendo otros que directamente no permiten se instalen y reaccionan en algunos casos violentamente para mantener sus frentes libres de ocupantes, recurriendo a tácticas como poner sus propios productos en la vía pública o canteros que obstaculicen el espacio hasta mitad de la vereda y en última instancia al acoso permanente o la movilización para visibilizar su protesta.

Por otro lado, pareciera que la defensa de los vendedores frente a estos embates por parte de los comerciantes se justifica diciendo que tampoco estos últimos tienen absolutamente todo en regla y observan cómo, cuando los inspectores de la Ciudad realizan sus inspecciones, tienen que liberar a los empleados que están en negro para que no sean multados. Otra de las estrategias se basa en el gran número de manteros que arriba cada día y ocupa todos los lugares disponibles, siendo muy difícil por no

decir imposible , a no ser por una razzia policial, que fueran desalojados únicamente por la voluntad de algunos comerciantes.

De aquí se desprende que podría llegar a haber, de hecho aparece en algunas entrevistas, una connivencia entre delegados (cobradores) que realizan una tarea de supervisión, distribución de espacios y protección por lo que a cambio reciben un pago, regular, por esta tarea, que oscilaría entre los \$ 300.- o \$ 500 de acuerdo a la magnitud y la ubicación del puesto y algunos agentes de la Policía que permiten o dejan hacer a través de aquellos. Muchos remiten a que tanto delegados como policía son parte del mismo circuito y actúan en conjunto, cuestión esta que nos es difícil detectar dada la extremada cautela con que son tratados estos temas y la reticencia a explayarse sobre estas cuestiones por parte de los entrevistados. Nunca hemos podido observar en las incursiones a campo, tanto un operativo policial a gran escala como así tampoco la presencia de estos delegados (encargados) realizando su tarea.

Según conversaciones informales mantenidas en una nueva incursión a campo, esta vez ya como vendedor y entrando en confianza con los vecinos de puestos durante algunos días: Todo remite a la Comisaría y más directamente “Al Comisario” de la zona. Excepto los sábados, los días de semana son los que habitualmente se reconocen en el lugar a los cobradores (policías de civil) que hacen su recorrida habitual y mantienen contacto con sus “clientes” habituales que actúan de informantes en algunos casos o recaudadores en otros. De acuerdo a los comentarios, los coordinadores (cobradores) son tanto Policías de Civil , a la orden del comisario, como empleados de los Patrones (Distribuidores) de quienes reciben, aparte del pago de su contribución por ocupar el espacio que luego va a la comisaría, un monto extra por dar protección y aviso a los manteros que son empleados de los Patrones. Aparentemente esta red funciona a la perfección, posiblemente el mismo policía que en su guardia habitual hace su recorrida uniformado, el día de franco lo hace de civil trabajando para la otra parte, esto se nota en la cordialidad y afinidad que existe entre algunos manteros y las patrullas que permanentemente pasan por la zona, miradas cómplices, saludos campechanos, conversaciones informales, etc. También se da el caso de que si a algún Policía le interesa alguna mercadería de un mantero, no la pide, sino que espera que el mantero se lo ofrezca y aquel accede a llevárselo sin pagar... en mi caso opté por decirle el precio a un policía ante una pregunta por un artículo y la respuesta fue un gracias y nada más.

Todo remite a estos dos actores como estructurantes de la posibilidad de ocupar el espacio físico y las actividades de venta ambulante, sobre todo a algunos sectores de la Policía Federal, no así de la Policía Metropolitana o los organismos de fiscalización y control de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (inspectores, juzgados, bromatología),ni aún la intervención de políticos o cámaras empresarias, pero sí existe la incertidumbre y la conciencia de que puede haber cambios de un momento a otro en su situación, dependiendo del cambio de políticas públicas que prevalezcan en determinado momento y los cambios de humor social que son incentivados, sobre todo en el caso de la Av. Avellaneda a partir de las incursiones de los medios masivos de comunicación a los cuales los manteros son altamente aprehensivos.

5) PROYECTOS O PERSPECTIVAS PERSONALES Y LABORALES / EXPECTATIVAS Y CONFLICTOS PRESENTES. VENTAJAS Y PERJUICIOS DE CONTINUAR EN LA FERIA.

Centrándonos ya en la percepción que tienen los sujetos a partir de su propia visión de los beneficios y desventajas de realizar esta tarea como manteros (ellos se auto-describen como vendedores ambulantes) la mayoría de los entrevistados ven su situación personal actual como de mera subsistencia y un paso intermedio antes o después de mejores condiciones de inserción laboral. Algunos porque son recién arribados al país, y es una rápida salida para la obtención de recursos, otros porque habiendo estado en una situación reciente de trabajo formal o informal han perdido dicha condición y tuvieron que adaptarse a la coyuntura, son muy pocos los que la asumen como una actividad permanente, estable y gratificante, dado los avatares que se sufren a diario de carácter climático, jornadas de calor agobiante bajo el sol, la lluvia que no permite realizar la actividad, las malas condiciones higiénicas, la falta de lugares de privacidad, la comida al paso y los periodos de poca o ninguna venta, hacen de esta una actividad inestable y hasta en algunos casos riesgosa para la salud.

Sumado a esto, la inestabilidad también es parte de la vida cotidiana en el trato con el entorno, las negociaciones con los comerciantes y los mismos vecinos del barrio hacen del espacio de la feria un lugar en permanente tensión, siempre al borde de la disolución y el conflicto, con redes de comunicación siempre alertas para avisar en caso de peligro inminente, de razzias policiales, de robos de mercaderías o de inspecciones por parte de algún organismo del Estado que casi nunca se cumple, dado que estas redes funcionan a la perfección, como las viejas postas de los caminos del Inca que avisaban de la proximidad de los españoles a la Ciudad Sagrada.

Las ventajas son mínimas comparadas con las desventajas, como se vio, únicamente la ganancia rápida y la fácil incorporación a la feria son los motores para el ingreso a la misma, con lo que se corre el riesgo de quedar atrapados en un sistema que cerrado en si mismo no permite el cambio social.

Mi corta experiencia como vendedor en la feria, mimetizándome con los manteros para extraer algunos datos más contundentes del funcionamiento del lugar fue, a la vez que sumamente interesante, extremadamente agotadora, por azar se realizo en verano, (supongo que en invierno las cosas serán más duras) aun así, el sol y el calor agobiante hacen que la tarea que hay que llevar a cabo sea cansadora e incómoda, en el piso, sin ninguna protección y en condiciones inexistentes de higiene, cosa que cualquier ser humano exigiría como mínimo antes de firmar un contrato laboral. Pero ya vemos que no todos acceden a las mismas condiciones. Sea por el motivo que fuere, hay personas que están dispuestas a soportar las inclemencias de estar en la calle durante horas, por lo que pude ver cada uno de ellos asume su tarea como sui fuera imprescindible para su supervivencia y prefieren este tipo de actividad por un poco menos de ingresos a estar supeditado a horarios y condiciones rigurosas de tratamiento con un empleo formal, lo que más quieren es estar tranquilos y sin presiones, (cosa que no se si logran), y no ser explotados por parte de algunas empresas, bajo la mirada de algún jefe inescrupuloso, por un salario que no siempre se corresponde con la tarea y los horarios pautados.

Darío (Mantero) , con el cual conversé en varias oportunidades, me decía : “A mi déjame acá que estoy bien así, tranqui.”, puede que no todos estén preparados para ingresar al mercado formal, puede que otros simplemente no quieran, lo grave es que únicamente existe el presente como horizonte de vida, el día a día y la expectativa del corto plazo, puede que alguno busque y no encuentre dadas las condiciones actuales del mercado laboral, lo que no caben dudas es que con esta actividad únicamente se subsiste y no produce más que lo necesario para mantenerse en pie por unas horas, actuando como si se estuviera haciendo algo productivo, dejando en el presente todo lo que uno puede, o no, avizorar del futuro.

Todos estos motivos hacen que permanentemente se estén buscando nuevas alternativas de cambio en la situación personal y familiar, las estrategias de supervivencia son múltiples y esta es solo una de ellas que posibilitan una respuesta inmediata a las necesidades básicas, las expectativas de mediano plazo están puestas en la posibilidad de encontrar algún trabajo remunerado o la formalización de un comercio con un local establecido, las de más largo plazo se basan en el convencimiento de que la educación formal es el camino que posibilita el desarrollo personal y apuestan a la incorporación de los hijos a una carrera técnica o universitaria, apostando a que las generaciones futuras les den un mejor pasar a las generaciones presentes.

Todo esto en el marco de un mercado estructuralmente heterogéneo que no logra consolidarse a pesar de muchos años de gobiernos democráticos, que debiera ir a una convergencia en el sistema económico y permitir a las grandes masas de excluidos incorporarse al mercado formal para el desarrollo pleno de la sociedad.

Así como las grandes masas de inmigrantes Europeos del siglo pasado han sido incorporadas plenamente a la actividad productiva y fueron beneficiarios de un Estado de bienestar que supo acogerlos y brindarles las condiciones necesarias para su reproducción, quizás, es ese mismo imaginario, el de una Argentina inclusiva, rica en recursos y espacios disponibles, tanto como la posibilidad de educación y salud libre y gratuita para todos los habitantes , lo que esté operando en la conciencia de los miles de inmigrantes Peruanos y Bolivianos arribados durante este siglo, que intentan a través de sus prácticas cotidianas generar sus propias condiciones de reproducción a la espera de una sociedad que los incorpore como ciudadanos plenos con derechos y obligaciones.

6) OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE NO REGISTRADA ANTERIORMENTE. CONCLUSION.

Comparando la actual situación de la Av. Avellaneda con otras ferias similares, pareciera que Ésta está en un periodo de transición, a medio camino entre la formalización y la precariedad, se observan componentes de organización interna, como ser patrones o encargados de uno o más puestos, así como delegados que pueden regir en el cobro por servicios no del todo claros.

Por otro lado en la infraestructura únicamente se observan mantas, no hay puestos elevados o estructurados como en otros lugares (Parque Centenario, Once, La Salada) sino que todo se da al ras del piso, con un grado de improvisación y precarización que contrasta con la organización interna antes mencionada. Esto hace suponer que, pero no necesariamente, en algún momento las aglomeraciones de vendedores ambulantes, ven la necesidad de organización para poder preservar sus puestos y de este modo su supervivencia, pudiendo operar en algunos casos, un pequeño atisbo de incipiente organización, para que cambie toda la estructura de la feria y las demandas de inclusión se hagan ver en conflictos y manifestaciones que pueden alterar el equilibrio que hoy prevalece.

Esta comparación es importante ya que debería tenerse en cuenta como surgen las demandas al interior de un colectivo para prever los posibles cambios que puede ocurrir en los mismos ante la insatisfacción y/o el surgimiento de determinados intereses, tanto internos como externos a partir de todos los sectores involucrados en la disputa por el espacio público, sobre todo en los espacios de alto tránsito y creciente actividad comercial como son los denominados Centros comerciales a Cielo Abierto.

ANEXO 4:

PRESENTACION DE LA INFORMACION PRIMARIA CORRESPONDIENTE A LA COMPOSICION, ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DE LA FERIA DE RIVADAVIA-FLORES

Este Anexo está compuesto por dos aspectos diferenciados:

En primer lugar se presenta la Estructura de la Feria como estudio de caso abordado.

En segundo lugar, se presenta la caracterización de los trabajadores de dicha feria y de sus trayectorias sociales.

Cabe aclarar que el trabajo de campo fue realizado por encuestadores especializados en la temática entre los meses de octubre 2014 y enero 2015.

PRESENTACION DE INFORMACION PRIMARIA SOBRE ESTRUCTURA DE LA FERIA

1- ESTRUCTURA / COMPOSICIÓN DE LA FERIA

CARTOGRAFÍA:



La feria de Flores se extiende sobre la Av. Rivadavia desde el 6400 (Subte Línea A, estación Carabobo) hasta el 7400 (Estación San Pedrito). Si bien la feria comprende un total de diez cuadras, existe una marcada diferencia en cuanto a concentración de puestos hacia un lado y el otro de la Plaza Flores. Así es que se pueden identificar dos zonas dependiendo de la cantidad de puestos establecidos. La Zona 1, entre Carabobo

y la Plaza, concentra la mayor cantidad de puestos, a razón de unos ocho por cuadra. En la misma predominan entidades bancarias, entidades públicas, comercios que atraen una gran cantidad de público, donde se establecen marcas reconocidas, tanto de indumentaria como de gastronomía, lo cual constituye un foco de posibles clientes, y en consecuencia, mayores posibilidades de venta para los manteros. En contraposición a las características de esta zona, el Sector 2 comprende las cuatro cuadras que se despliegan entre la Plaza y la calle San Pedrito, con una menor concentración de puestos, aproximadamente tres por cuadra como máximo. En esta zona, se despliegan comercios de otras características, entre ellos, bares y pubs barriales, comercios más pequeños y viviendas particulares. El volumen de transeúntes y posibles clientes disminuye de forma considerable.

Se contabiliza un total de no más de 100 puestos entre la Zona 1 y la Zona 2, aún en las franjas de mayor venta, es decir, los sábados por la tarde, entre las 15 y las 20 hs aproximadamente.

1- DESCRIPCIÓN DE SU TOPOGRAFÍA / ESTRUCTURA / CARACTERÍSTICAS:

La composición de los puestos: Las modalidades más frecuentes son colocación de mantas en el suelo, exposición de mercadería en cajones de cartón, percheros para cinturones y carteras, pequeñas mesitas plegables de madera, pequeñas estructuras de alambre en forma de V invertida para fundas de celulares, grandes bloques móviles de telgopor o cartón para anteojos, y paños para aritos. Otros más sofisticados, utilizados exclusivamente por personas de origen africano, consisten en mesas plegables de madera de buen tamaño y paraguas donde se exhiben joyas. En todos los casos, excepto estos últimos que se caracterizan por exhibir mayor y más variada cantidad de productos, el resto de los puestos son de rápido armado.

Teniendo en cuenta la descripción anterior, en líneas generales, la Feria de Flores presenta un bajo grado de estructuración, en comparación con otras ferias de venta callejera de mayor volumen, por ejemplo, Once o Avellaneda. No existe una homogeneidad en el tipo y armado de los puestos.

Horarios de la Feria: al funcionar mayormente de manera independiente, con un bajo grado de institucionalización, los vendedores de la Feria se manejan dentro de la franja de lunes a sábados entre las 10 y las 20 hs aproximadamente. Sin embargo, es importante destacar que, a diferencia de otras ferias de mayor envergadura, en Flores la mayoría de los vendedores son cuentapropistas, y por ende, no responden a un horario fijo, ni a un jefe o patrón que les imponga un horario. Dentro de la franja horaria mencionada, son los mismos vendedores quienes establecen sus horarios de trabajo de acuerdo a su conveniencia. En algunos casos trabajando solo por las tardes, en otros casos durante todo el día, quedando a elección del vendedor la cantidad de días a trabajar de la semana. Así es que hay quienes establecen sus puestos de lunes a sábados, mientras que otros trabajan de miércoles a sábados, entre las diversas posibilidades que brinda la flexibilidad de esta feria. Se puede remarcar que durante la mañana la actividad es muy reducida, la cantidad de puestos es muy baja. A partir del mediodía, comienza a aumentar la cantidad de manteros, culminando con la máxima concentración de puestos en el horario de las 15/16 hs hasta las 20 hs.

Tipos de clientes: En cuanto al perfil de los clientes, este no responde a una clase en particular, con características delimitadas, sino más bien se trata de vecinos del barrio, trabajadores de la zona y gente que circula ocasionalmente por la zona comercial.

Presencia de amenazas: La presencia de fuerzas de seguridad en las calles no constituye un peligro o una amenaza para los vendedores, sino que simplemente cumple la función de mantener el orden general de la vía pública y la armonía de las relaciones entre los locales y los manteros. Es decir, actúan como intermediarios entre los feriantes y los comerciantes, regulando el despliegue de los puestos cuando algún local no está de acuerdo con que los manteros se establezcan en ese espacio. En otras ocasiones, también los policías del lugar advierten a los manteros cuando no es conveniente armar su puesto por algún operativo. Si bien existen operativos municipales de confiscación de mercadería, esto se da con poca frecuencia y en bajas proporciones. En líneas generales, la feria de Flores se caracteriza por un clima de baja conflictividad entre los vendedores, los organismos estatales y las fuerzas de seguridad.

2- LA MERCADERÍA:

Descripción de los puestos: Como se detalló en el punto 1, la mayoría de los puestos se caracterizan por la capacidad de ser armados y desarmados rápidamente. Exceptuando el caso de los vendedores africanos, cuyos puestos poseen estructuras más complejas que dificultan, ante eventuales operativos policiales o municipales, el ágil recogimiento de la mercadería.

Descripción de la mercadería: En la Feria se pueden encontrar distintos tipos de mercadería, mayormente artículos de reventa, diferenciados por rubro, a saber: **Bijouterie:** anteojos, anillos, aritos, cadenas, relojes, billeteras; **Juguetería:** muñecos, cartucheras infantiles, juguetes didácticos de madera; juguetes artesanales y juguetes de origen chino; **Polirubro:** pilas, linternas, enchufes, relojes, peines para piojos, porta cd, protector tarjeta sube, porta documentos, fundas pc, etc.; **Indumentaria:** Plantillas, ropa interior femenina y masculina, gorros, carteras, shorts, remeras, calzas, pantalones deportivos, ojotas, zapatillas de jean, calzado, vestidos; **Bazar:** bombillas, mates, termos, tupperware; **Otros:** plantas, libros, cremas, pelotas de fútbol.

Algunos vendedores van cambiando su mercadería de acuerdo a las estaciones del año, es decir, existen tipos de mercadería que son estacionales. Por ejemplo, indumentaria de invierno y de verano.

Todos estos artículos suelen ser adquiridos a través de la venta mayorista en el Mercado de Once, principalmente. El origen de estos productos es, en la mayoría de los casos, de la industria nacional y china.

Si bien no existe una mercadería predominante a lo largo de las diez cuerdas que componen la feria, se destaca como lógica de funcionamiento un acuerdo tácito entre los propios manteros en que no haya dos vendedores con el mismo tipo de productos a lo largo de una misma cuerda; como así también el acuerdo tácito con los comerciantes de no exhibir la misma mercadería que estos ofrecen en sus respectivos locales.

Abastecimiento, guardado y traslado: Existen tres tipos de modalidades para guardar la mercadería. En primer lugar, en la mayoría de los casos, los vendedores acuden a bauleras cercanas a sus puestos, pagando un arancel semanal o mensual dependiendo el caso. En segundo lugar, los comerciantes de la cuadra brindan la posibilidad de guardar la mercadería en sus locales. Por último, en la minoría de los casos, los feriantes trasladan su mercadería en valijas o bolsos hacia sus respectivos hogares.

En cuanto a la posibilidad de reposición de mercadería, en algunos casos los feriantes cuentan con valijas donde guardan una reserva o “stock” de sus productos, otros acuden a la mencionada baulera para reponer algún artículo, mientras que otros se manejan con los artículos disponibles y exhibidos en sus respectivos puestos.

En todos los casos relevados, los vendedores son dueños de su mercadería. Este es un aspecto central que diferencia a la feria de Flores de otras Ferias, en las que una persona compra grandes cantidades de mercadería y emplea gente para vender los productos en distintos puestos callejeros. Es en este proceso donde se genera la acumulación y la posibilidad de obtener grandes márgenes de ganancia. En el caso de Flores, todos los vendedores son independientes, y se manejan con cantidades más reducidas de mercadería para revender, sin contratar empleados para que trabajen bajo sus órdenes.

3- LOS PUESTOS:

Se pueden identificar tres tipos de especialización con respecto a las mercaderías ofrecidas. En primer lugar, aquellos que se especializan en un único rubro (ya sea textil, libros, juguetes, anteojos, plantas, etc.). En segundo lugar, aquellos que venden dos o tres tipos de productos distintos. Y por último, aquellos que venden gran variedad de pequeños artículos.

Por otro lado, teniendo en cuenta el carácter cuentapropista que predomina entre los vendedores, la administración y control de los puestos corren por cuenta de estos. Es decir, no existe una persona u organización que controle la disposición general de puestos y vendedores. Una vez más, la forma de instalar un puesto en la Feria se establece a partir de los acuerdos que los feriantes entablan con los locales cercanos, y con los otros manteros de la cuadra. Para detallar mejor estas normas, los lugares se adquieren, por un lado, a partir de la negociación entre los manteros de la cuadra, respetando el código de que no coincidan dos feriantes con los mismos artículos de venta por cuadra y la antigüedad de quienes ya están establecidos en la feria hace más tiempo. Por otro lado, los comercios de la cuadra brindan su autorización, o no, para permitir que los vendedores se establezcan en ese espacio. De esta manera, se va configurando la estructura de relaciones entre feriantes y comerciantes de la zona. La lógica de esta feria genera que la forma de ocupar espacios no esté reglada, ni regulada por algún actor en particular. Con lo cual, si un mantero libera su espacio, este puede ser ocupado por alguien o no, pero eso dependerá de la iniciativa individual de las personas que deseen establecerse en la feria.

Se trata de un mercado en el que no existe un esquema de pagos por la disposición de los puestos, dado el bajo nivel de acumulación que se registra en este espacio

comercial, donde el volumen de ventas difiere considerablemente de otras de mayor envergadura. En este sentido, circula en el ambiente de los manteros la información sobre el fácil acceso a esta feria, o en otras palabras, se habla de una “zona liberada”. Por este motivo, la feria de Flores se presenta como un ambiente propicio para el establecimiento de vendedores independientes y cuentapropistas. Más allá de este hecho, los feriantes deben “ganarse su lugar”, y una vez que lo logran ya pueden establecerse en ese espacio de manera fija.

4- LOS VENDEDORES: CARACTERIZACIÓN

La mayoría de los vendedores rondan entre los 27 y 40 años de edad. Hay casos de gente más joven y de gente mayor, pero muy pocos. En cuanto al sexo, se puede constatar un 50% de hombres y un 50% de mujeres. Con respecto a las nacionalidades, la mayoría de los vendedores son argentinos y africanos. En menor medida, hay algunos vendedores de origen peruano y algunos, muy pocos, de origen boliviano.

Su aspecto y vestimenta, en líneas generales, es sencilla, pensados para estar en la calle durante una gran cantidad de horas, con pocas comodidades. Los vendedores vistan prendas simples, como por ejemplo jeans, joggin, calzas, remeras holgadas, musculosas, ojotas o sandalias, zapatillas. Poseen, en la mayoría de los casos, riñoneras, o carteras pequeñas para guardar el dinero. Otros utilizan su bolsillo.

Como se mencionó anteriormente, los vendedores son independientes. No responden a un jefe, no trabajan como empleados de otros, sino que son dueños de sus puestos, de su mercadería, y manejan sus horarios según su conveniencia. Tampoco son dueños de varios puestos de la feria, sino que cada uno posee un único puesto. Ellos mismos compran la mercadería, arman y atienden sus puestos en los horarios que cada uno decide. En este sentido, los niveles de ingresos son más reducidos en comparación con las ganancias que se pueden obtener en ferias más importantes. En los mejores días de venta, los vendedores de la feria de Flores obtienen entre \$700 y \$1000, como máximo. Pero, contabilizando la totalidad de los días trabajados, se podría establecer un promedio de ganancias entre los \$300 y \$500 por día. Por supuesto, este monto no es fijo, dado que depende de distintas variables: tipo de artículos vendidos, factores climáticos (por ejemplo, días de lluvia prolongados que impiden armar los puestos de venta), fechas del mes en que los posibles compradores cobran sus salarios, y picos de venta según épocas determinadas del año, como ser, las festividades navideñas, entre otros, momento en el que las ventas se incrementan.

Existen a su vez, vendedores cuyos artículos de venta les permiten obtener ganancias mucho más reducidas. Este es el caso de los feriantes con variados artículos pequeños (polirubro), cuyos ingresos podemos ubicar en un promedio de \$70 a \$140 diarios, nivel que apenas cubre los gastos de subsistencia básicos. Sin embargo, estos casos son la minoría.

Podríamos decir que la primera y fundamental estrategia comercial consiste en la gran diferencia de precios que existe entre los artículos de los comercios y los artículos que venden los manteros, estos últimos bastante más económicos que los primeros. Independientemente de este factor, algunos vendedores desarrollan como estrategia

la posibilidad de realizar una rebaja a aquellos clientes que compran con cierta frecuencia. Además, intentan mantener buenas relaciones con los clientes y posibles compradores en general, ya sea atendiéndolos de forma cordial, educada, y brindando siempre la posibilidad de cambiar un artículo si este tiene alguna falla, o por el motivo que sea. Otra posible estrategia consiste en la venta de artículos estacionales, es decir, cambiar los productos de venta según la estación del año, para obtener mayores ganancias. Por otro lado, al momento de realizar las compras en los locales mayoristas (sobre todo en el barrio de Once), los feriantes acuden generalmente a los mismos proveedores, lo cual genera que también ellos puedan obtener ciertas rebajas y beneficios al momento de adquirir sus artículos.

En términos generales, la relación entre los feriantes es buena, de compañerismo. Los vendedores suelen tener poco conocimiento de los de las otras cuadras, los vínculos más estrechos se establecen entre los manteros de una misma cuadra. En algunos casos se llegan a forjar vínculos de mayor confianza, lo cual permite que un vendedor pueda realizar una venta en reemplazo del dueño de un puesto cercano, cuando este se encuentra ausente. En otros casos solo se dan relaciones cordiales. No existe competencia entre ellos, siempre y cuando se respeten cuestiones como antigüedad en la feria y el tipo de artículo de venta. Como caso ejemplificativo: la llegada de un nuevo vendedor de cinturones a una cuadra en la que un vendedor con mayor antigüedad vende el mismo artículo, será una situación potencialmente conflictiva, dado que se generaría una competencia y esta actitud será percibida como una “falta de respeto” por los feriantes con más años en la feria. En tanto y en cuanto se mantenga el respeto a esos códigos, la relación será armoniosa y en algunos casos de mayor amistad y confianza.

5. FUNCIONAMIENTO / ESTRUCTURA INTERNA. REGULACIONES Y EXTRALEGALIDADES.

Recapitulando lo dicho en este informe, para poder comprender la lógica de funcionamiento de la feria de Flores, podemos afirmar que existen tres actores visibles que conforman el sistema de relaciones que estructura la feria. Estos son: los **policías** quienes, como se mencionó anteriormente, cumplen la función de garantizar el orden y la armonía en la vía pública. Los **comerciantes** con sus locales establecidos, y los **vendedores callejeros**. A través de las relaciones que se establecen entre los últimos dos actores se conforma un sistema de regulaciones y condicionamientos que cumplen la función de mantener el equilibrio de la feria. En algunos casos interviene la figura del policía, jugando un rol activo en la mediación de eventuales o potenciales conflictos entre comerciantes y puesteros.

Lo anterior se traduce en el establecimiento de relaciones de tipo asociativo, entre comerciantes y puesteros, que si bien representan lógicas, necesidades e intereses disímiles, en la práctica desarrollan reglas de solidaridad y reciprocidad que van configurando la fisonomía de la feria, y donde las cuestiones referentes a lo moral y a las relaciones de carácter interpersonal organizan y regulan las relaciones de mercado.

Existen, además, algunos factores externos que contribuyen a garantizar el funcionamiento de esta feria. La existencia de la cercana Feria de Av. Avellaneda,

distanciada de Rivadavia por solo cuatro cuadras, constituye un elemento central en la tranquilidad y flexibilidad que caracteriza a la feria de Flores. Dado que en Av. Avellaneda se ha conformado un gran núcleo de venta callejera -con compra, venta y alquiler de puestos, con vendedores que son dueños de varios puestos y que, a su vez, poseen empleados que venden su mercadería, y, fundamentalmente, donde existen grandes niveles de acumulación y amplios márgenes de ganancia- es esta feria la que concentra los mayores niveles de conflictividad. En este sentido, el foco de los operativos de desalojo y de las mayores tensiones se desarrolla en Avellaneda, generando una suerte de efecto invisibilizador que protege en cierta medida a la feria de Flores. Así es que los vendedores de la calle Rivadavia son conscientes de que en Avellaneda tendrían la posibilidad de obtener mayores ganancias, pero los riesgos son muchísimo mayores, al igual que las dificultades para acceder a un puesto. Por ello, priorizan la tranquilidad para trabajar y la minimización de las posibles amenazas.

Se reitera el hecho de que en Flores no se paga por los lugares ni por los puestos. Teniendo en cuenta los bajos niveles de acumulación y de ganancias de esta feria, no se han desarrollado esquemas de pago o coimas a la policía, ni organizaciones extralegales que centralicen la administración de los puestos de venta callejera. Como se ha mencionado anteriormente, la policía juega el rol de mediador frente a los potenciales conflictos entre feriantes y comercios. Por ejemplo, cuando en la intersección de las calles Rivadavia y Carabobo comenzaron a establecerse algunos vendedores, el Banco que se encuentra en esa esquina expresó su disconformidad con el hecho de que los manteros montaran sus puestos en horario bancario. Quien actuó como intermediario, comunicándole esto a los feriantes, fue el policía de la zona, dando como resultado un acuerdo con los manteros, quienes accedieron a armar sus puestos pasadas las 15 hs. Este es tan solo un caso puntual, que ilustra el rol que la policía juega en esta feria, en la dinámica de estos tres actores mencionados. Otros posibles conflictos entre comercios y vendedores pueden surgir cuando un feriante que vende determinados artículos ubica su puesto frente a un comercio que vende esos mismos productos; o en los casos en que simplemente el dueño del comercio no desea que se establezcan manteros frente a su local. Sin embargo, en muchos casos, los vínculos que se forjan entre vendedores y comercios son cordiales y de ayuda mutua. Ambas partes encuentran motivos de conveniencia para convivir en un mismo espacio.

Por otro lado, dado el carácter independiente de los vendedores de Flores, no existen fletes y/o camiones que entreguen la mercadería a los puesteros en el horario de apertura de la Feria. Nuevamente, se hace hincapié en la dinámica flexible y la heterogeneidad de horarios, los cuales quedan sujetos a las decisiones que cada vendedor asume. Los puestos son armados, desarmados y atendidos cada día por sus propios dueños, quienes toman la totalidad de las decisiones en lo que respecta a la compra y guardado de su mercadería.

Con respecto a las relaciones con otras entidades de carácter público, se pueden mencionar el área de Espacio Público, la Policía Metropolitana e inspectores municipales, las cuales quedan apenas mencionadas en los relatos como potenciales conflictos o amenazas, pero adquieren cierta invisibilidad en la feria de Flores. Nuevamente, se reitera el hecho de que el foco de todos los conflictos es Av.

Avellaneda y, por lo tanto, este factor constituye una ventaja para los feriantes de Flores, quienes están constantemente informados sobre los momentos en que no les conviene armar sus puestos, de manera de evitar cualquier riesgo y posible desalojo o confiscación de mercadería. Igualmente, los vendedores toman sus recaudos para protegerse frente a posibles operativos o conflictos. Uno de ellos consiste en el pedido de una factura al momento de realizar sus compras, lo cual es su mejor herramienta para demostrar que la mercadería que revenden fue adquirida de manera legal.

Como conclusión general, se remarca el carácter cuentapropista e independiente de los vendedores de la feria de Flores, la inexistencia de una organización que centralice la disposición y administración de puestos y mercadería, así como también la inexistencia de pagos o coimas a la policía u otros agentes. Esto sumado al hecho de que nos referimos a un mercado que se mantiene dentro de bajos niveles de acumulación y ganancia. Estas características centrales permiten configurar un panorama muy diferente al que presentan otras ferias de mayor volumen.

ANEXO (Registros fotográficos)

Imagen 1. Armado de puestos frente a la entrada del Banco Patagonia.

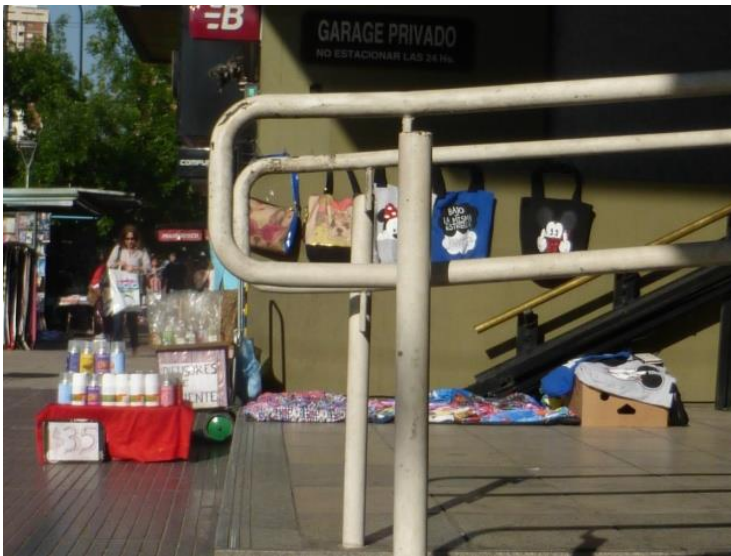


Imagen 2. Armado de puestos utilizando como estructura la parada de colectivos.

Imagen 3. Bloque de telgopor utilizado por un vendedor africano para exhibir anteojos.



Imagen 4. Armado de un puesto con una estructura más estable.

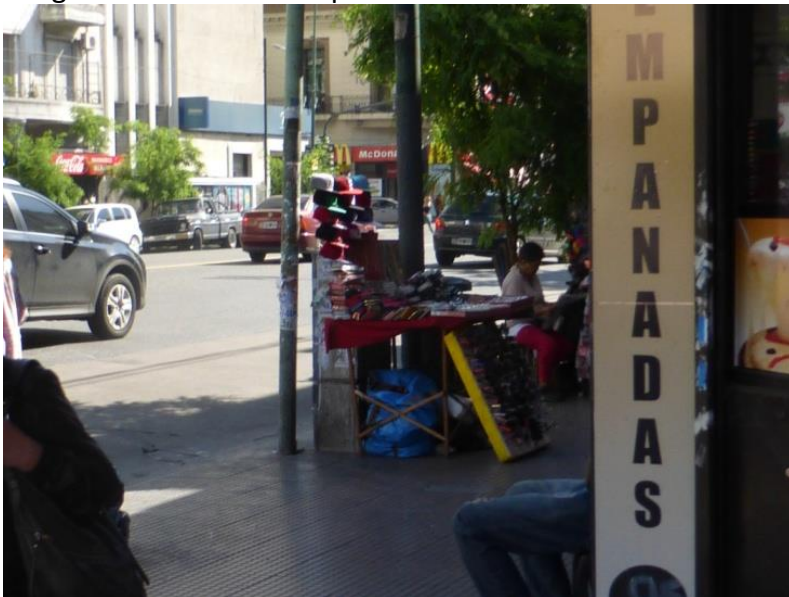


Imagen 5. Venta de indumentaria deportiva en un puesto callejero, ubicado frente a un local de artículos deportivos (caso particular).

PRESENTACION DE INFORMACION PRIMARIA SOBRE TRAYECTORIAS SOCIALES DE LA FERIA

Nombre del entrevistado: Gerardo⁸

Sexo / Edad: Masculino, 40 años

Nivel educativo: Secundario incompleto

Lugar de nacimiento: Ciudad Autónoma de Buenos Aires (Argentina)

Explicitar criterios de selección del caso: Luego de conversar con varios puesteros en las primeras visitas a la feria como forma de aproximarnos a la realidad de la misma, llegamos a la conclusión de que era un caso representativo por el tipo de mercadería que vendía y por la cantidad de años que llevaba en la feria (10 años). Teniendo en cuenta lo anterior, pensamos que podía darnos mucha información, tanto en lo que hace a la trayectoria laboral como también en lo referente a las lógicas y funcionamiento de la feria. Por otro lado, su buena predisposición en la charla informal que mantuvimos fue otro factor influyente para seleccionarlo como un caso susceptible de ser entrevistado en profundidad.

Nombre del entrevistado: María

Sexo / Edad: Femenino, 28 años

Nivel educativo: Universitario en curso

Lugar de nacimiento: Ciudad Autónoma de Buenos Aires (Argentina)

Explicitar criterios de selección del caso: Principalmente se seleccionó este caso atendiendo al requisito de buscar heterogeneidad entre los vendedores que integran la Feria. Por otro lado, en la conversación informal que mantuvimos se mostró muy dispuesta a charlar y a realizar la entrevista, lo cual consideramos un factor muy importante para poder indagar en las cuestiones necesarias. Es válida esta mención, puesto que una de las entrevistas que teníamos pautadas finalmente no se pudo realizar porque la persona se mostró un poco desconfiada con el hecho de que la tuviésemos que grabar y profundizar en tantas preguntas. Así es que se priorizó la buena disposición a brindar información.

Nombre del entrevistado: Sandra

Sexo / Edad: Femenino, 28 años

Nivel educativo: Secundario completo

Lugar de nacimiento: Lima, (Perú)

Explicitar criterios de selección del caso: Se seleccionó esta vendedora dado que desde su llegada a Argentina, hace cuatro años, comenzó a trabajar en la vía pública, primero como empleada, y actualmente de manera independiente (cuenta propia). Su paso por distintas ferias nos pareció de interés para poder realizar un contraste entre la Feria de Flores y las otras ferias en las que ella trabajó. Por otro lado, pensamos que

⁸ Los nombres propios han sido modificados para preservar la identidad de los entrevistados.

esa comparación podría nutrirnos de elementos sólidos para analizar la estructura de la feria.

Nombre del entrevistado: Roberto

Sexo / Edad: Masculino, 49 años

Nivel educativo: Primario incompleto

Lugar de nacimiento: Paso de la Patria (Corrientes, Argentina)

Explicitar criterios de selección del caso: Fue el primer contacto que establecimos en nuestra primera visita a la feria. En un primer momento nos pareció un caso interesante en cuanto a la trayectoria laboral, sin embargo en la continuidad de las visitas realizadas pudimos conseguir otros más representativos. Por otro lado, decidimos entrevistar a este hombre que ya nos había anticipado la cantidad de años que llevaba vendiendo en la feria (5 años), como así también sus dificultades para conseguir un trabajo formal.

EJES TEMATICOS

PERFILES SOCIALES REPRESENTADOS / TRAYECTORIAS EDUCATIVAS / FAMILIARES / LABORALES / ESTRATEGIAS FAMILIARES EN TORNO A SU ACTIVIDAD

Más allá de ser una feria relativamente pequeña en volumen de venta y cantidad de puestos, en comparación con otras de mayor envergadura, (ya sea Once, o Avellaneda) los perfiles sociales de los manteros de Flores no responden a un criterio único, sino que están determinados por las distintas trayectorias educativas, familiares y laborales que estos poseen. Sin embargo, es posible delimitar ciertas características comunes entre los vendedores callejeros, que en su mayoría no superan los 40 años de edad.

En el aspecto educativo, el bajo nivel de los padres se traslada al de los feriantes, que en líneas generales, no superan la secundaria completa. Una posible explicación radica en que por distintos motivos personales los sujetos que salen a vender a la calle se ven obligados a interrumpir sus estudios en busca de la supervivencia material de ellos y de sus familias. La falta de tiempo y capital económico para llevar adelante sus estudios son impedimentos generalizados entre los vendedores callejeros. Por otra parte, el bajo nivel educativo que se registra entre los feriantes es un indicio de las pocas posibilidades laborales que encuentran en el mercado formal de trabajo. En líneas generales proceden de clases medias o bajas. Desde jóvenes se van de sus casas familiares para comenzar a trabajar, provenientes de distintos países (Senegal, Perú) como así también de otras provincias de la Argentina. Lo que tienen en común estas emigraciones son la búsqueda de un futuro mejor, que en sus lugares de origen parece ser cuesta arriba.

Si bien las características de ingreso a la feria varían de acuerdo a la historia y trayectoria particular de cada vendedor, sin duda en todos los casos prima una cuestión de necesidad antes que elección. Los manteros suelen llegar a la feria con disímiles trayectorias laborales que no necesariamente responden al sector

comerciante, mas el denominador común es que acuden a la venta callejera como forma de continuar trabajando, tengan o no experiencia en el rubro compra / venta.

Si bien existe un perfil marcado de gente emprendedora, entusiasta, con actitud e iniciativa, lo que predomina en la feria de Flores son sectores de subsistencia que ante distintas adversidades que responden a la historia personal de cada uno, buscan la mejor manera de sortear los obstáculos que la vida les presenta . Al ser expulsados del mercado formal de trabajo por la heterogeneidad estructural que caracteriza al país, se ven reducidos al trabajo precario e informal. La venta callejera, a través de la reventa de distintos tipos de mercadería, es una más de las estrategias que estos sectores desarrollan para subsistir.

Por último, otro dato significativo es que las personas entrevistadas suelen vivir con familiares, ninguno vive solo. Comparten los gastos de alquiler, y por lo general viven relativamente cerca de la feria, en barrios aledaños como Almagro, Devoto, Paternal, Liniers etc. Esta cercanía les permite cierta tranquilidad y flexibilidad para con los días y horarios laborales.

2) ESTRATEGIAS DE INGRESO / MODO / HISTORIA DE INGRESO A LA FERIA (estrategia, acceso, red de contactos, motivaciones para hacer ese trabajo, pasó por varias ferias, etc.)

En líneas generales es vox populi que en la feria de flores no hace falta pagar a la policía para poder ingresar. Existe una sensación de mayor libertad y menor conflictividad con respecto a otras ferias.

“Ya se sabía que en Flores está como permitido, como que “sí, sí, anda ahí que no hay problema, que te dejan”. En otros lugares, como que te es más difícil insertarte digamos en el, en la calle, por más que sea la calle”. (María, 28 años)

Para algunos es su primera experiencia en la venta callejera, mientras que otros que han pasado por distintas ferias (ya sea de forma independiente o trabajando para terceros) cuentan con mayor experiencia en el rubro, y ven en este barrio una zona de menor venta, pero de mayor tranquilidad.

Si bien el hecho de tener un contacto o conocer el ambiente de la feria facilita la inserción en la misma, no es excluyente para instalarse en la misma. Basta con tener actitud y ganas de trabajar. Pero sobre todo tener respeto y ciertos “códigos” para con los vendedores más antiguos y los comercios establecidos. Una buena comunicación con estos actores allana el camino para comenzar con la actividad de la venta callejera.

“Como en todo ámbito vos te relacionas con gente que hace lo mismo, y te va diciendo, “no allá está todo bien, andá que...” que se yo, pero vos te tenés que hacer tu lugar, como en cualquier lado que llegas, viste, que sos nuevo no podés venir y hacerte el dueño de nada”. (María, 28 años)

“Ah no, no yo vine y pedir permiso al hombre de al lado ¿no? porque estoy afirmado en la pared de ellos... entonces pedí permiso, si está de acuerdo...” (Roberto, 29 años).

Como en todo espacio social los actores intervinientes necesitan conocer las reglas de juego del campo específico al que intentan ingresar. A partir de ese conocimiento despliegan distintas estrategias para acomodarse de la mejor manera. En este caso los nuevos vendedores, a la hora de establecerse, no necesitan de un permiso policial o municipal, pero sí de la aprobación del comercio lindero a su puesto. Recién obtenido el visto bueno de este, es posible comenzar con la venta callejera.

Por otra parte, es importante destacar que la antigüedad es un tema muy importante en la feria de Flores. Dota al trabajador con experiencia en la zona de ciertos privilegios, como por ejemplo ocupar el espacio que considere más adecuado para la venta y tener la exclusividad de determinado producto en la cuadra en cuestión. Los nuevos vendedores que se acercan a la feria, ya sea a partir de un contacto o no, tratan de “ganarse un lugar”

“Sí, lo que pasa es que acá viste los vendedores ya llevan tiempo ahí, vos te pones por ahí en un lugar que no sabes y te terminan sacando, y bueno así me sacaban. Yo estaba al frente, y después, hacía mucho calor, me iba para allá, para aquí, me echaban, me sacaban. Luego me puse ahí de espaldas a Pigmento, donde estoy ahora, se fueron varios, entonces cuando se fueron me quedé ahí todo el año”. (Sandra, 28 años)

En definitiva la elección del espacio de venta está determinado, en gran medida, por la antigüedad y no por una distribución de un organizador particular, que en esta feria, es inexistente.

3) TIPO DE ACTIVIDADES QUE REALIZAN EN LA FERIA / ACCESO A LA MERCADERÍA/ ORGANIZACIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO / RELACIÓN COMERCIAL – COMPRA-CONSIGNACIÓN (tipo de productos, acceso, y logística en la obtención de productos, disposición espacial, trabajador independiente, contratado, trabajo familiar, jornada laboral, horarios, flexibilidad, etc.)

Entre los vendedores, existen distintas maneras de representar su propia actividad: “busca”, vendedor de “baratijas”, son algunas de las denominaciones que utilizan para describir su labor en la vía pública.

Una vez que los nuevos vendedores logran instalarse en la feria, existe una etapa o período estratégico de “reconocimiento del terreno”, en donde se prueba y se estudia la mercadería a vender, el tipo de clientes, etc...

Los trabajadores de la feria de flores trabajan mayormente como cuentapropistas. A diferencia de otras ferias, se registraron aislados casos de asalariados. El volumen de venta de la feria no permite este tipo de modalidades. Más bien se trata de estrategias de supervivencia con escaso margen de ganancia. Al trabajar de forma independiente, son ellos mismos los que administran sus cuentas y la cantidad y tipo de productos necesarios para la venta.

La mercadería suelen comprarla en mayoristas, sobre todo en el barrio Once, y luego las revenden con un margen de ganancia que ronda aproximadamente el 50, 60 %.

experiencia aquí cumple un papel preponderante a la hora de elegir y confiar en un proveedor que le garantice un buen producto a un precio accesible para ellos. A la hora de guardar sus pertenencias existen tres posibilidades, que varían de acuerdo a la cantidad de productos. Existen, en menor medida, quienes a diario trasladan los bolsones con mercadería hacia sus casas, quienes acuerdan con algún comercio amigo la posibilidad de guardar sus cosas en los locales, y quienes acuden a bauleras que se encuentran a pocas cuadras de sus respectivos puntos de venta.

Por otra parte, el hecho de ser trabajadores independientes les permite a los vendedores evitar horarios fijos y manejar sus horarios con cierta flexibilidad, de acuerdo a sus necesidades personales o familiares. Si bien existen casos de vendedores que comienzan a trabajar desde las 10 u 11 de la mañana, teniendo en cuenta los momentos de mayor venta que suelen ser por la tarde, aproximadamente a partir de las 15 hs, muchos manteros comienzan a trabajar a partir de esos horarios hasta las 19, 20 hs aprox. Los días laborales son de lunes a sábado. Los domingos la feria no funciona puesto que es el día de descanso para los feriantes.

En lo que se refiere estrictamente a la práctica de venta, los feriantes, en general, esperan a que el cliente consulte o se muestre interesado. Con esto buscan establecer un clima disentido y no estar encima del comprador, evitando incomodar al cliente.

4) ESTRATEGIA-RACIONALIDAD-MOTIVACIÓN ECONÓMICA / VALORACIÓN DE SU TRABAJO (racionalidad o motivación económica, remuneración o rendimiento, modalidades cobro, diario, semanal, legalidad y justificaciones de su actividad, etc.)

Como se dijo anteriormente, los vendedores de flores poseen una actitud de «luchadores», en la medida que encuentran en este tipo de trabajo una forma de sobrevivir frente a las necesidades económicas que los aquejan, Sin embargo, no existe en ellos una racionalidad a la hora de pensar su trabajo, en el sentido de buscar estrategias para maximizar sus ventas y sus emprendimientos. Para comprender mejor esto, podemos realizar un contraste con aquellos vendedores que ven en la venta callejera una potencial fuente de ganancias, y para ello movilizan estrategias de compra de grandes cantidades de mercaderías, para luego emplear a personas que, por poco dinero, vendan su mercadería en varios puestos distintos. En estos casos, comienza a darse un proceso de acumulación y de márgenes mayores de ganancia, lo cual permite generar un proceso cíclico de circulación de dinero, compras de mayor cantidad de mercadería y maximización de ganancias. Sostenemos que, en el caso de los vendedores de Flores, no hay una visión de este tipo, sino más bien una forma de supervivencia. Esto se puede comprobar en el hecho de que en ninguno de los casos relevados se proyecta la posibilidad de adquirir más puestos, con empleados a su cargo, y con mayores adquisiciones de mercadería, y por ende, de ganancia. Lo que prima es la necesidad y la posibilidad de trabajar con tranquilidad. La compra de mercadería se realiza en cantidades pequeñas o medianas, que luego son revendidas, y así sucesivamente se va realizando el ciclo.

Los vendedores llevan años con este mecanismo, lo cual es un claro indicio de que no existe una visión que responda a una motivación económica, es decir, con intenciones de acumulación de capital, sino únicamente de trabajo y de supervivencia.

Por otra parte, en líneas generales, los vendedores de la feria de flores son consientes de la contravención que implica la actividad de la venta en la vía pública, pero una vez más lo que prima, en un contexto de subsistencia, es la necesidad antes que legalidad.

“No si es Público esto...está prohibido vender, pero tengo que vender para poder vivir...” (Roberto, 49 años)

“No, ilegal es porque está hecho un código contravencional, es ilegal. Pero yo como tengo que trabajar y vivir tengo que hacerlo...” (Roberto, 49 años)

“Y no sé, qué te puedo decir...es la forma como yo encontré para subsistir viste, de ahí a lo legal, ilegal, no sé. También por ahí por el lado del espacio que siempre te recalcan eso, sé que está, que es ilegal pero bueno, es la manera que conseguí yo para laburar, para estar más tiempo con mi hijo, por los problemitas que él tiene, por eso...” (Sandra, 28 años).

A partir de las críticas que reciben por la actividad ilegal que realizan (sobre todo el hecho de no pagar impuestos, no entregar factura, y ocupar el espacio público de forma indebida), y de la vulnerabilidad a la que se hallan sometidos por el hecho de trabajar en la calle y no contar con un seguro social, los manteros, defienden su trabajo argumentado que en definitiva no son los únicos que incumplen las reglas.

“Y a veces... hay mujeres grandes que paran y dicen: esto es ilegal. Y qué sé yo... hay tantas cosas ilegal... hasta el presidente robó...y en... y roba millones de dólares...digo, hay tantas cosas ilegales... y yo estoy acá cagandome...a mi no me gusta estar en la calle... y buscate un laburo... sí, pero no quiero ganar 6000 pesos por mes y estar 12 horas...he... bajo carrera”. (Gerardo, 40 años)

“Que hay mucha gente que dice “es ilegal vender en la calle”, pero por otro lado, hay mucha de esa gente quizás, que te compra. Si no nos compraran no existiría ni yo que vendo libros, ni el que vende anillos, ni nadie, o sea, algo bueno debe haber, alguna conveniencia ellos también deben sacar, porque si no no existiría nadie. Y aparte los mismos locales, o sea, si nos ponemos a hablar, tienen personal en negro, no entregan factura en todas sus compras, o, cuando pueden evaden algo, que también les conviene a ellos, o sea, por más que critiquen o no critiquen, o sea, nadie hace todo al cien por cien en blanco, o muy pocos...” (María, 28 años)

5) MODO EN QUE SE RELACIONAN CON LA ESTRUCTURA / POLICÍA / INSPECTORES / COMERCIANTES / VENDEDORES DE LA FERIA. (Distribución espacial, presencia de delegados, pagos mensuales a la policía, contactos, etc.)

Los principales actores de la feria son los vendedores y los comerciantes. Es a partir de la relación que ellos establecen y de los códigos que manejan que se va creando un “sentido práctico”, un saber que guía la práctica de los feriantes.

Existe un pacto tácito de no competir entre los vendedores callejeros y los comercios. Se detecta además, una retórica de cierta “ética” que es preciso no romper con el fin de garantizar la armonía entre estos dos actores.

“Con Yenny, que no le ponga libros en la esquina, porque yo los voy a vender más baratos que ellos, por más que yo no sea competencia ni le llegue a los talones, pero, una cuestión ponele de ética, algo así...” (María, 28 años)

“No, no. En esta cuadra como que laburamos así, como que tenemos un código, que nadie traiga lo del otro” (Sandra, 28 años)

Si bien existen casos de tensión cuando los “acuerdos tácitos” se rompen, la relación con otros feriantes suele ser de amabilidad y reciprocidad entre pares. Al verse todos los días y compartir experiencias comunes, propias de la actividad de venta callejera, la feria permite un espacio de socialización susceptible de ser comparada con otros ámbitos laborales, a pesar de su escasa o nula institucionalidad.

Si bien son escasos, existen en la feria de Flores casos de confiscación de mercadería ante operativos policiales. En algunos casos, la misma policía avisa a los feriantes de la situación para que ellos puedan resguardar sus pertenencias y evitar problemas.

“P- Ah, entonces cuando cierra el Banco ustedes ya pueden poner sus mantas

R- Sí, cuando cierra el Banco, y bueno. Igual tenés que respetar si la policía te dice “no vengas, no...” porque te dejan laburar tranquila porque no hacés problemas, vos lo respetás... Y te dice, ponele, un día “no podés armar”, bueno no armás y te vas, y así.

P- Claro. El mismo policía les dice, hoy levanten, hoy no vengan...

R- Sí. Tiene buena onda con nosotros porque sabe más o menos las dificultades que tenemos, bueno al menos yo te hablo de la cuadra esta, el viejito tiene tres operaciones del corazón, tiene el problema ese y bueno, ahí laburo yo, labura la otra chica que tiene el nene con problemas, la tía, y así. Esa cuadra estamos así y por eso laburamos tranquilos.» (Sandra, 28 años)

Como se dijo anteriormente, para establecerse en la feria no es necesario pagarle a la policía. Lo más importante para los manteros es crear una buena relación con el comerciante cercano para comenzar a vender sin problemas. La presencia policial sobre las calles de Rivadavia no genera en los vendedores un clima hostil, sino más bien lo contrario.

Por otra parte, la feria de flores no se caracteriza por la presencia de ningún tipo de delegado, ni de cuadra, ni mucho menos en general. Los vendedores se manejan cada uno por su cuenta.

6) PROYECTOS O PERSPECTIVAS PERSONALES Y LABORALES / EXPECTATIVAS Y CONFLICTOS PRESENTES. VENTAJAS Y PERJUICIOS DE CONTINUAR EN LA FERIA (futuro en la feria, expectativas, proyectos personales – familiares, balance personal, conflicto entre puesteros de diversas nacionalidades, comerciantes, policía, etc.)

Por un lado existe una retorica de resistencia y de lucha para autoafirmarse como trabajadores independientes y con derechos. Por otro lado, los vendedores callejeros desean salir de la calle, pero no todos tienen como objetivo un trabajo formal, con horarios a cumplir y mayores comodidades y seguro social.

En muchos casos los trabajadores de la venta callejera han pasado por la experiencia de ser empleados asalariados, y de todo lo que esa condición trae aparejado: el cumplimiento de horarios estrictos, la presencia de jefes, etc. En este sentido, más allá de las desventajas de trabajar en la calle (falta de baños, exposición a altas o bajas temperaturas, la posibilidad latente de presenciar operativos policiales, la seguridad) pareciera que la venta independiente genera en ellos cierta identidad, que les permite una forma flexible de manejar sus horarios y rutinas laborales. En este sentido, un trabajo en relación de dependencia no parece ser la ambición o meta más buscada entre los feriantes.

“Estas en la calle...aspirando humo, ruido... tenes que armar, desarmar... he... no tenes un baño a manos, si te enfermas... tenes que tener plata guardada y... no tenes un médico de cabecera... el médico de cabecera de...del Gobierno de la Ciudad... yo lo saqué y la verdad que...es lo mismo que no tener nada. Porque tenes que ir al hospital a sacar todo igual, la verdad que...” (Gerardo, 40 años)

“No, no volvería a trabajar para otra persona, ya está, una vez que sabés que podés vos solo, yo creo que no volves más a soportar a alguien (risas) (María, 28 años).”

En algunos casos la actividad comercial se ha transformado en un medio de vida y en expectativa de profundización y perfeccionamiento de dicha actividad. Otros, ven en la feria un paso meramente circunstancial para poder mantenerse hasta poder cumplir sus metas personales y desarrollar otro tipo de actividades no vinculadas al comercio.

Por otra parte, los conflictos pueden venir si se quiebran los “códigos” de respeto entre los propios vendedores, Es decir, básicamente se trata de respetar la antigüedad, no generar competencias de un mismo producto por cuadradas, y no vender un mismo producto a un precio más bajo que el del compañero. En la medida en que estos acuerdos se cumplan, difícilmente exista conflicto alguno. En cuanto a la relación con los comerciantes, no vender el mismo producto que el local que se encuentra frente a la manta es la principal “regla” para no generar conflictos.

ANEXO 5:

PRESENTACION DE LA INFORMACION PRIMARIA CORRESPONDIENTE A LA COMPOSICION, ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DE LA FERIA DE LINIERS

Este Anexo está compuesto por dos aspectos diferenciados:

En primer lugar se presenta la Estructura de la Feria como estudio de caso abordado

En segundo lugar, se presenta la caracterización de los trabajadores de dicha feria y de sus trayectorias sociales.

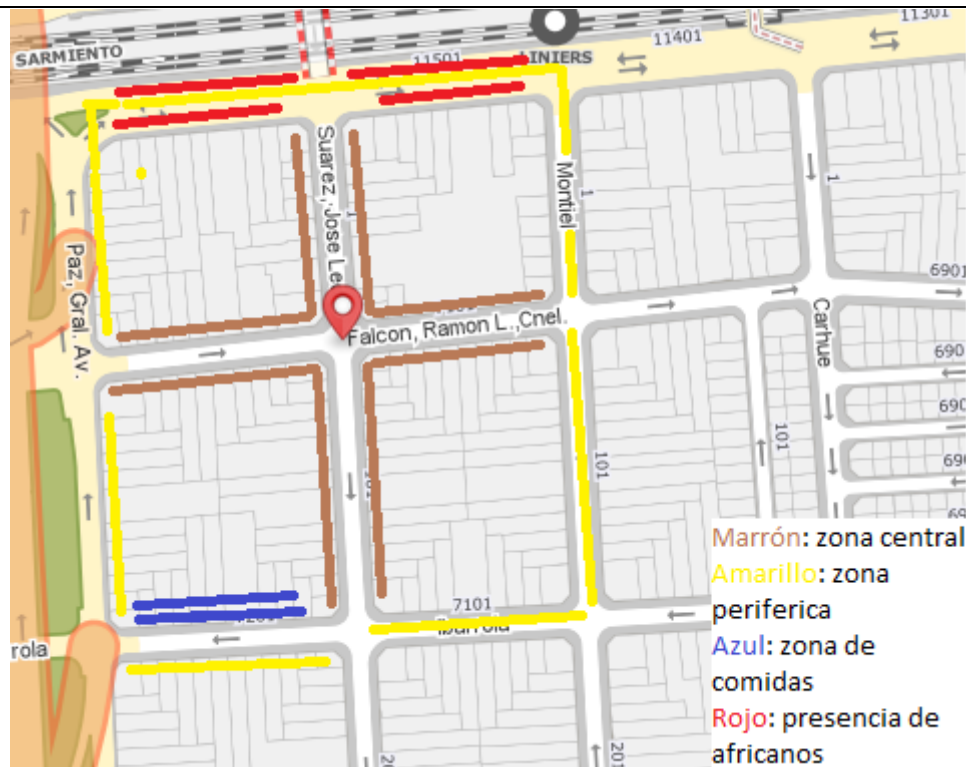
Cabe aclarar que el trabajo de campo fue realizado por encuestadores especializados en la temática entre los meses de octubre 2014 y enero 2015.

PRESENTACION DE INFORMACION PRIMARIA SOBRE ESTRUCTURA DE LA FERIA

1- ESTRUCTURA / COMPOSICIÓN DE LA FERIA

Esquema general de la feria identificando la localización (calle donde se encuentra e intersecciones) tratando de establecer su extensión a lo largo de la/s cuerdas. Identifique en el mapa su topografía social: diferentes segmentos, tipo de puestos, vendedores, clientelas, organización, ambiente, etc.

CARTOGRAFÍA:



DESCRIPCIÓN DE SU TOPOGRAFÍA / ESTRUCTURA / CARACTERÍSTICAS:

Descripción de la cartografía. Cantidad aproximada de puestos establecidos. Disposición general de la feria: caballetes con tablas, mantas puestas en el piso, objetos puestos en el piso etc. Frente a negocios particulares, frente a viviendas particulares, en la vía pública. Grado de estructuración o fragilidad. Cuál es el horario de la feria, porqué se atiende en esas horas. Limpieza e higiene del espacio de la feria (existencia de tachos de basura, de personal de limpieza). Tipos de clientes (características / Perfiles de clase). Afluencia. Presencia de amenazas (policías, agentes municipales, inspectores).

La esquina principal se ubica entre las calles José León Suárez y Av. Cnel Ramón L. Falcón. Los límites de la feria se encuentran demarcados hacia el norte por la Av. Rivadavia; hacia el sur por la calle Ibarrola; al este por la calle Montiel y al oeste por la Av. Gral. Paz.

Dentro de este mismo perímetro se encuentran la Estación de Ferrocarril Sarmiento y la Terminal de Micros de Liniers, lo que da cuenta de la ubicación geográfica de los puestos. Entre otros factores a destacar del lugar, cabe señalar el Shopping Plaza Liniers y la Escuela Primaria para adultos N° 17 Carlos Morel. Dentro de ésta área podemos observar locales de productos alimenticios, los cuales son característicos de esta zona, ya que se dedican a la venta de semillas, especias, frutos secos, cereales, yuyos, distintos tipos de te, entre otros, la venta de estos productos es por peso. A su vez podemos destacar la presencia de distintos tipos de galerías comerciales que se

caracterizan por la venta de diversos productos desde: celulares, ropa, calzado, entre otros.

Este tipo de establecimientos no interfieren con el funcionamiento habitual de la feria, por el contrario, hay superposición geográfica entre ambos, y en todos los casos observados los tipos de mercaderías ofrecidas por ambos no coinciden.

En cuanto a la disposición de los puestos dentro de la feria, los mismos están armados frente a los comercios, ya que la feria esta ubicada en una zona comercial. A su vez pudimos observar puestos ubicados en la entrada de una escuela⁹.

Es a destacar que la feria se ubica exclusivamente en la zona de comercios, no irrumpiendo en la zona residencial de Liniers.

La disposición de los puestos de la feria no es azarosa, los puestos tienen un lugar predeterminado. Esto podemos concluirlo gracias a las observaciones realizadas y las entrevistas. Si bien, en su mayoría, los feriantes concurren de lunes a lunes, existe un grupo de feriantes que frecuenta la feria únicamente los fines de semana, en especial el día sábado. Esto lo pudimos observar en el caso de un grupo de feriantes localizados frente a la escuela exclusivamente en día sábado y domingo. El resto de la semana este espacio no se utiliza. Por tanto, la presencia de dichos feriantes es relativa, no hay una pauta al respecto. Sin embargo, los puestos suelen armarse a partir de las 8 de la mañana en adelante. Cada feriante dispone de su tiempo independientemente de los demás. No hay un horario prefijado. Esto mismo nos cuenta una de las entrevistadas al relatarnos que asiste a partir del mediodía. Hay un incremento de la cantidad de puestos durante los fines de semana, podríamos hablar de aproximadamente un total de 300 puestos comprendiendo la zona central y la zona periférica. La mayor cantidad de puestos se encuentra a lo largo de la calle José León Suárez (95 puestos aproximadamente) y a lo largo de la calle Ramón Falcón (56 aprox.). En el área perimetral de la feria pudimos contabilizar en total alrededor de 84 puestos, distribuidos a lo largo de la Av. Rivadavia (30), Gral. Paz (3), Ibarrola (36), Montiel (15)¹⁰. El día de mayor concurrencia a la feria es el día sábado, tanto por parte de los vendedores como por parte de los clientes. Si bien, en su mayoría los clientes que concurren a la feria son personas que circulan en su paso diario desde la estación de tren camino a sus hogares, hay un porcentaje de personas que se acerca a la feria en busca de productos particulares ofertados en la feria, como pueden ser alimentos oriundos de Bolivia y Perú.

La mayoría de los puestos sobre la calle principal se montan sobre tablas de madera sostenidas por cajas de verduras de cartón, caballetes, banquitos, etc. Otros simplemente disponen de mantas en el piso sobre las cuales exponen sus productos, esto mismo es más característico de la zona periférica. El epicentro de la feria se caracteriza por una organización más estable, esto teniendo en cuenta que los puestos en dicha zona tienen mayor antigüedad y permanecen fijos todos los días. Mientras

⁹ La observación fue realizada un día sábado, la escuela estaba cerrada, ante lo cual es viable pensar que estos puestos no sean fijos.

¹⁰ El conteo de los puestos se realizó el día miércoles 5 de noviembre, entre las 12.30hs. y 15 hs.

que los de la zona periférica poseen una estructura menos uniforme y con una organización más incierta.

En cuanto a la limpieza, hay tachos de basura ubicados alrededor de las veredas pero son insuficientes respecto a la basura que se genera.

2- LA MERCADERÍA:

Descripción de los puestos: fijos, móviles, mantas, etc. Diferencias en las estructuras de los distintos puestos. Tipo de mercadería que venden (juguetes, textiles, anteojos, cinturones, etc.). Mercadería predominante. Origen de la mercadería. Imitación de marcas. Abastecimiento y traslado de la mercadería. Existencia de depósitos. Mercadería en consignación / reventa cuenta propia o de mayorista.

La totalidad de los puestos son de carácter fijo, especialmente los que se ubican en la zona central de la feria, los cuales están estructurados por medio de tablas sostenidas por cajones de madera. La mercadería que se presenta en la feria es totalmente diversificada, abarcando diferentes niveles.

Dentro de la indumentaria, se ofrecen diferentes tipos de prenda, tanto para hombres como para mujeres, dentro de las cuales se destacan:

- Indumentaria masculina: Pantalones deportivos, tanto largos como cortos, camisetas de fútbol, remeras de vestir, musculosas, jeans, buzos o camperas, medias y calzoncillos entre otros.
- Indumentaria femenina: Jeans, polleras, shorts deportivos, calzas, medias, corpiños y musculosas entre otros.

Este tipo de mercadería es la que predomina en la zona central de la feria, abarcando la totalidad de la calle Jose León Suarez. Vale aclarar que en su mayoría estas prendas son imitaciones de marcas conocidas en el mercado indumentario.

En la zona que abarca la Avenida Rivadavia, donde se frecuentan mas vendedores provenientes de Africa, se ofrecen los mismos productos que varían desde cinturones, billeteras, aritos, collares, pulseras, relojes, lentes de sol, entre otros.

En los productos alimenticios se ofrecen comidas rápidas provenientes de Bolivia, estos puestos se ubican enfrentados a la Estación Terminal de Liniers, aprovechando el tránsito de pasajeros que están a la espera de su colectivo.

Otros tipos de productos que también son habituales son cacerolas, vasos, vajillas, teteras, platos, cubiertos, entre otros, los cuales por lo general se agrupan dentro de un mismo puesto.

También se pueden observar diferentes tipos de servicios ofrecidos a lo largo de la feria como reposición de calzado o lecturas del destino a través de hojas de coca.

3- LOS PUESTOS:

Cada puesto parece tener una “especialización” en la mercadería o se mezclan tipos de productos? ¿Quién y cómo controla/gerencia/administra los puestos y/o los lugares? Forma de organizar y distribuir los lugares. Organización: Los puestos tienen asignado un lugar específico o se improvisan espacios de venta? Posibilidad de vender, prestar, alquilar puestos. Valor del puesto? Se observa la misma disposición de los puestos en los diferentes días en que se realiza la feria?

Los diferentes puestos muestran un cierto grado de especialización, en especial los que se dedican a la venta de indumentaria, si bien pueden identificarse puestos que tengan gran diversidad en la venta de sus productos, especialmente los que venden productos más simplificados, como juguetes, adornos para la casa, productos de higiene como alicates o peines, herramientas, entre otros. La organización de los lugares está prefijada de antemano por antigüedad en los lugares, no hay gerentes que organicen la disposición de los puestos a través del territorio, según los testimonios entrevistados el alquiler de cada puesto se paga con 300 pesos semanales.

La disposición de los puestos es siempre la misma, no se reflejan cambios, y según un testimonio entrevistado la zona ya está completamente ocupada (mencionando la zona central), haciendo referencia ante la posibilidad de que un terreno quede desocupado.

4- VENDEDORES: CARACTERIZACIÓN

Edad / Sexo / Nacionalidades predominantes. Presencia de niños con el/los padres. Vestimenta y aspecto general. Trabajador independiente / cuenta propia, relación de dependencia o un mix. Niveles de ingresos. Estrategias comerciales. Manejo del dinero (caja, bolsillo, bolsón). Relación entre los vendedores. Presencia de patrón o de alguien que coordine, controle? Relación de colaboración o competencia entre puestos.

La nacionalidad predominante entre los vendedores es la boliviana, esto puede inferirse a partir de la vestimenta de las vendedoras a lo largo de la calle Ibarrola que suelen usar polleras ajustadas a la cintura, calzados y sombreros típicos de la región, los aguayos que utilizan sobre sus hombros, sus peinados y demás características que dan cuenta de una mayor presencia de los mismos. A su vez resulta interesante mencionar la presencia de mujeres que ofrecen el servicio de lectura de la hoja de coca. Esto no deja dudas respecto al protagonismo de dicho país frente a los demás. Sin embargo, la comunidad peruana también encuentra su lugar en la feria, aunque sea en menor cantidad. Con respecto a los de origen Africano, su presencia no resulta un hecho menor, por el contrario, es un actor que está ganando terreno en la feria. En este sentido cabe destacar la presencia de los mismos especialmente a lo largo de la av. Rivadavia, sobre el alambrado de la estación ferroviaria.

En cuanto a porcentajes las nacionalidades quedarían representadas de la siguiente manera:

70% Bolivianos

15% Peruanos

10% Africanos (Senegaleses)

5% Otros (Argentinos y demás nacionalidades)

La mayoría de los feriantes abarcan edades por arriba de los treinta años; en cuanto al sexo predominante la cuestión es más relativa en el aspecto general, salvo el caso de los africanos en donde no hay presencia femenina entre sus vendedores. Dentro del marco general de la feria es importante destacar la notable presencia de emprendimientos familiares, los cuales se organizan en relación de dependencia entre sus distintos integrantes, alternando en la atención al cliente hasta tal punto que no resulta un hecho menor la cantidad de jóvenes y niños presentes en los mismos, ocupándose tanto de la atención como del manejo del dinero. Los vendedores por cuenta propia son los que predominan en la zona, su particularidad reside en la integración de la familia en las distintas tareas que contribuyen a su funcionamiento, estableciendo entre los mismos una relación laboral influenciada por vínculos de afecto, en donde la retribución al trabajo no siempre está marcada por el dinero. Vale sumarle a este punto que los niveles de ingreso de los distintos feriantes son de subsistencia, no acumulan grandes cantidades de ganancia entre sus ventas, que son de rango minorista. Los distintos integrantes de la feria se consideran entre ellos como sujetos laboradores y humildes, que llegan temprano, dejan su mercadería a la vista de la gente que pasa, y esperan en silencio a que se presente algún interesado en comprar algo.

Entre ellos mantienen una notable relación de solidaridad, marcada por sus similitudes culturales, en donde nadie intenta destacar ante el resto, y en donde la cooperación se hace visible tanto en el cuidado de un puesto cercano ante la ausencia temporal de su dueño, como en la contribución a la hora de buscar cambio para efectuar un pago.

El control del dinero se ejerce por medio de riñoneras, o a través del bolsillo; no se identifican cajas registradoras ni nada por el estilo.

5. FUNCIONAMIENTO / ESTRUCTURA INTERNA. REGULACIONES Y EXTRALEGALIDADES.

Líderes / delegados / Estructuras internas. Organización extralegal. Vínculos con la policía, inspectores municipales u otros agentes públicos. Coimas. Pagos. Otros negocios asociados (fletes). Conflictos entre vendedores / comercios. Grado de independencia de los vendedores. Funcionamiento y regulación de conflictos.

Se observan dos zonas claramente establecidas en la feria donde los factores históricos y étnicos juegan un rol fundamental.

Por un lado la zona principal de la feria, compuesta por la comunidad boliviana, la cual yacía establecida desde antes que aparezcan los primeros puestos en vía pública; ésta es la zona que presenta una estructura altamente definida, en donde las ganancias obtenidas por la venta de sus productos son proporcionalmente mayores a las que se obtienen en la zona periférica que la rodea, por lo que es más preciso identificar un

sistema de cobro que involucre a la mayoría de sus integrantes, los cuales si bien se arreglan cada uno por su cuenta, no están desinformados en cuanto al destino del pago que los involucra en conjunto; pero por razones que creen necesarias para permanecer en su sitio optan por no hacer tanta referencia sobre el tema, centrándose únicamente en su actividad laboral.

Aquellos que permanecen por fuera de la zona central hacen referencia a la intervención de funcionarios políticos y de las autoridades policiales, pero descartan la posibilidad de que dentro de dichos vendedores haya uno que cumpla el rol de jefe.

Por el otro lado se encuentra la zona periférica, compuesta tanto por la comunidad africana, como por peruanos y argentinos, entre otros.

En este caso la organización estructural es totalmente adversa a la anterior. Cada integrante mantiene un vínculo con el propietario del establecimiento de la vereda, y en base a una especie de acuerdo mutuo, se instalan con su puesto cumpliendo las normas requeridas por el propietario, entre las cuales la de mayor importancia es la de no vender productos que coincidan con los del propietario. Entre estos individuos no se registran pagos por alquiler ni nada por el estilo, dado que su actividad económica se centra únicamente en la subsistencia, no se observan productos que promuevan la acumulación de ganancias.

En cuanto a la relación que se mantiene entre ambos sectores de la feria, se manifiesta una cierta indiferencia entre ambos, dado que si bien la zona central está en constante ascenso, ampliando cada vez más su espacio geográfico, dicho ascenso no parece intervenir con la actividad que mantienen los otros comerciantes independientes; ambas estructuras pueden funcionar en el mismo espacio, sin necesidad de que una prevalezca a costas de la otra.

En cuanto a las entrevistas realizadas en torno al funcionamiento interno a la feria los puntos de mayor importancia son:

- El funcionamiento de la feria está organizado en base a un sistema de cobro, en la zona central de la feria, del cual no se especifican actores concretos vinculados con la policía, sino sujetos que pasan y cobran alrededor de trescientos pesos semanales, los cuales solo frecuentan la feria con motivo a realizar el cobro.
- En casos específicos, el arreglo puede ser mediado con el dueño del local o vivienda que se encuentre próximo al establecimiento del lugar. En dicho caso el arreglo puede pasar por otros motivos ajenos al dinero, por ejemplo a través de distintos tipos de favores que benefician a ambos.
- Dentro del marco que corresponde únicamente a los vendedores de feria, no se registra entre ellos algún integrante que destaque ante los demás en cuanto a la organización de lugares vacantes.
- El método del cobro parece ser distinto en referencia a las diferentes zonas que abarcan la feria, en la zona central de la feria parece haber una organización más estructurada en relación a la zona periférica.

- No parecen registrarse personas que tengan posesión de más de un puesto en particular, personas que en base a su propiedad puedan ejercer mayor autoridad dentro de la zona, sino más bien emprendimientos individuales o en todo caso emprendimientos familiares.

PRESENTACION DE INFORMACION PRIMARIA SOBRE TRAYECTORIAS SOCIALES DE LA FERIA

Nombre del entrevistado: Rosa¹¹.

Sexo / Edad: Femenino, 42 años.

Nivel educativo: Terciario completo.

Lugar de nacimiento: La Paz, Bolivia.

Explicitar criterios de selección del caso: Rosa fue la primera en ser entrevistada. Su puesto se ubica en el epicentro de la feria, una de las esquinas más concurridas, José León Suárez y Ramón Falcón. Este fue uno de los motivos por el cual resultaba interesante entrevistarla. Otro dato no menor, que tuve en cuenta al momento de hacer la entrevista, fue su nacionalidad. Rosa es de Bolivia, es decir que es un caso representativo de la feria de Liniers. Vale aclarar que la mayoría en dicha feria son provenientes de este país, y no resulta fácil encontrar un vendedor de éste país con tan buena predisposición a una entrevista. Otro motivo por el cual le hice la entrevista fue por su antigüedad en la feria, lleva siete años trabajando en la misma, en simultáneo trabajó en Avellaneda. Esto daba la posibilidad de tener un panorama amplio del mundo de las ferias. Se mostró dispuesta a la entrevista desde un primer momento.

Nombre del entrevistado: Clara

Sexo / Edad: Femenino, 41 años.

Nivel educativo: Secundario completo.

Lugar de nacimiento: Isla de Azores, Portugal.

Explicitar criterios de selección del caso: Me pareció atinado hacerle una entrevista a Clara porque me contó que era del barrio y hace siete años que trabaja en dicha feria. Siendo del barrio me podía contar cosas relativas al mismo y detalles más precisos de la feria. Cómo fue creciendo, cómo fue la disposición de los puestos en el tiempo. Pese a ser de Portugal, dato que llamó mi atención, concluí que era representativa de la feria ya que residía hace tiempo en el barrio.

Nombre del entrevistado: Ángel

Sexo / Edad: Masculino, 19 años.

¹¹ Los nombres de los entrevistados han sido modificados, para preservar su identidad.

Nivel educativo: Secundario completo

Lugar de nacimiento: Perú.

Explicitar criterios de selección del caso: Luego de conversar con varios vendedores sobre algún interesado en tener una entrevista que cumpla con el requisito de tener cierta antigüedad en la feria fui a parar al puesto de Ángel, quien se interesó en colaborar con la entrevista, luego de obtener el permiso de su patrón quien se mantuvo cerca de la charla al principio con cierto aire de sospecha, pero luego se mostró más conforme con la situación, tal es el punto que colaboró con responder algunas preguntas. Este caso resulta interesante, en primer lugar por que toma un caso representativo de la población peruana en la feria. En segundo lugar, porque este caso da cuenta de los trabajadores en relación de dependencia trabajando en dicha feria. Además nos provee de la posibilidad de entablar una conversación cara a cara con el jefe del feriante, es decir, el dueño del puesto.

Nombre del entrevistado: Eduardo

Sexo / Edad: Masculino, 35 años.

Nivel educativo: Secundario completo.

Lugar de nacimiento: San Justo (Buenos Aires, Argentina).

Explicitar criterios de selección del caso: el entrevistado fue seleccionado en consideración con su buena disposición en charlas informales anteriores que concluyeron en la propuesta de la entrevista, además de remarcar el clima de colaboración que mantenía tanto con sus respectivos vecinos de feria, como con los clientes que se acercaban a interrogar precios.

Nombre del entrevistado: Juan

Sexo / Edad: Masculino, 45 años.

Nivel educativo: universitario incompleto (en Perú, 3 años de Contabilidad).

Lugar de nacimiento: Perú.

Explicitar criterios de selección del caso: el entrevistado fue seleccionado en la segunda etapa del trabajo de campo (febrero 2015). Fue referenciado por otro entrevistado, Angel, perteneciente a la misma colectividad. Contó con buena predisposición para responder las preguntas, considerando que las mismas fueron realizadas en dos oportunidades (debido a problemas personales con el sistema de grabación del entrevistador).

EJES TEMATICOS

**PERFILES SOCIALES REPRESENTADOS / TRAYECTORIAS EDUCATIVAS /FAMILIARES /
LABORALES /ESTRATEGIAS FAMILIARES EN TORNO A SU ACTIVIDAD**

La feria de Liniers está representada por una gran diversidad de culturas, entre las cuales destaca la comunidad boliviana. Este hecho no es menor, ya que la feria en esencia, parece semejarse a un mercado andino: las personas que lo conforman, la característica de sus puestos, los olores que los circundan; son todos factores determinantes del lugar. En la zona nos encontramos con restaurantes típicos tanto de Bolivia como de Perú, podemos saborear un pique a lo macho o unas salchipapas en algún puesto en la calle. A su vez podemos encontrar puestos de zapateros a lo largo de la cuadra cercana a la terminal de Micros de Liniers, estos puestos son característicos de las ferias de aquellos respectivos países. También podemos encontrar varios puestos en los que se ofrece la lectura de la hoja de la coca. Estos son indicadores de la presencia predominante de la cultura boliviana. Estos puestos mencionados previamente, no suelen ser habituales en las ferias de la vía pública, esto indica una concurrencia asidua por parte de los integrantes de la comunidad boliviana como peruana a dicha feria, ya que consumen los productos y servicios ofertados en la misma. Sin embargo, es interesante ver que las distintas comunidades existentes en este espacio se van retroalimentando y van ampliando sus espacios de participación y contacto con otras comunidades presentes en la feria. Es así como podemos ver a una chola de Bolivia entablar una conversación amistosa con un senegalés, o una fiesta tradicional del altiplano celebrarse en medio de una feria en la vía pública. Todos estos componentes son importantes a la hora de entender qué perfiles sociales predominan en esta feria. Como ya dijimos, el factor intercultural es sumamente importante, no sólo se encuentran vendedores provenientes de Bolivia en la vía pública, también hay un número significativo de peruanos, seguidos de los vendedores africanos y en menor medida Argentinos o provenientes de otros países.

En este sentido, podemos indicar que el marco común de la feria es la inmigración. Muchos de los puestos que se levantan en la calle son llevados adelante por inmigrantes, que en algún momento de sus vidas decidieron probar suerte en Argentina, fuera de sus hogares, atraídos por la promesa de un futuro mejor.

Es interesante observar como coinciden ciertos patrones en las trayectorias laborales y de vida de los distintos testimonios recopilados. Independientemente de las distintas trayectorias familiares y educativas que posean, hay un factor común entre los feriantes, este es el de la inmigración. La inmigración ocupa y ocupó un rol predominante en la mayoría de los trabajadores de la feria.

Muchos de los feriantes relatan haber venido a la Argentina a mediados de los noventas, atraídos por familiares que estaban probando suerte en el país; otros cuentan haber ido primero a Brasil, pero se veían atraídos por la Argentina cuando notaban que la situación económica era mejor. También hay inmigración peruana de llegada más reciente, en los años 2000.-

La mayoría se instala con familiares ya establecidos en el país, otros se hospedan en pensiones o departamentos que comparten con otra gente en su misma situación. Esto en un primer momento es temporal hasta poder instalarse en un lugar propio. En algunos casos, consiguen trabajos formales y parecen insertarse laboralmente, pero luego hay un vuelco en sus trayectorias laborales marcadas por sus experiencias de vida que parecen conducirlos hacia un destino incierto. En otros casos, el inicio de sus trayectorias laborales en el país está marcado por la realización de trabajos informales

desde el comienzo, como es el caso de José, inmigrante peruano que comienza a trabajar como “empleado” de un boliviano, haciendo tareas de volanteo. Entre los factores que podemos encontrar que perturban el ritmo de vida y las trayectorias laborales de estos actores son; enfermedad, familia, crianza de los hijos, estudios, etc. Sus trayectorias laborales se ven vulneradas lo cual les lleva a alejarse aún más y más del mundo formal del trabajo. Los caminos recorridos siguen el camino inverso, lo cual los lleva a caer en la informalidad del trabajo de la feria.

Es decir que el perfil social predominante es de un nivel socio económico bajo, es un sector de la población inmigrante que se encuentra bajo una economía de subsistencia. En este caso particular, en su mayoría son inmigrantes de Bolivia y Perú. Sin embargo en los últimos años se sumo un nuevo actor, el inmigrante proveniente de los países africanos. Podemos encontrar inmigración de otros países pero estos son casos excepcionales.

La mayoría de los feriantes convive con su familia, hay otros que alquilan cuartos en pensiones. En su mayoría viven cerca de la zona de la feria, Liniers, Villa Luro, Avellaneda, Flores, Once.

Las trayectorias educativas coinciden, en su mayoría completaron estudios secundarios, hay casos en los que completaron estudios terciarios, pero debido a distintos factores se vieron obligados a abandonarlos por buscar un medio de subsistencia. En la mayoría de los casos, los feriantes toman su trabajo como una forma de subsistir el día a día.

Las trayectorias familiares suelen ser de lo más variadas. En su mayoría sus padres no completaron estudios secundarios, los trabajos de sus padres en algunos casos eran dentro de la agricultura o mismo en la venta en la calle, pero en su país natal.

ESTRATEGIAS DE INGRESO / MODO / HISTORIA DE INGRESO A LA FERIA

Las estrategias varían según si es una feria ya establecida hace tiempo o es un lugar relativamente nuevo en el cual se intenta ganar un espacio, como el caso de la feria en Flores. En el caso de la feria de Liniers gracias a lo que pudimos saber por medio de las entrevistas realizadas, en un primer momento los puestos no eran algo estable. No existían, como hoy en día, los puestos ensamblados con cajas de cartón y tablas de madera, la mercancía era sostenida con una mano y en la otra tenían la bolsa con el stock. Si podían sentarse, lo hacían instalando una manta en el piso:

R: no, yo vendía así, en la mano

P: ¿cómo?

R: claro, vos sacabas una bolsita, y la sacabas en tu mano, colgando.

P: ah, ¿por la calle?

R: claro, está prohibido

P: claro.

R: en la calle

P: sí, sí.

R: un rato no había alguien, bueno tendíamos una mantita en el piso. (Rosa, 42 años)

En otros casos, teniendo en cuenta un grado de organización mayor en la feria, los puesteros debían acercarse al comerciante del local frente al cual se iban a instalar para pedir su permiso. Otros conseguían ingresar gracias a un familiar o amigo que les daba a conocer esa posibilidad o liberaba un puesto y se lo cedía. Esto suele suceder entre los familiares, de las comunidades boliviana y peruana. En otros casos, como sucedió con el caso de una entrevistada, pueden conocer la feria por que trabajaron en otras ferias previamente, deciden trasladarse por algún problema o conflicto en la anterior feria y buscan ir ganando terreno como menciona Rosa, que venía a la feria con lo mínimo para evitar que le confiscaran la mercadería y que le fuera más fácil salir corriendo en caso de ser necesario hacerlo. Actualmente la feria tiene un grado de organización mayor, en la zona central los puestos se alquilan por semana a 300 pesos, existen encargados por cuadra que van a pasar cobrando semana a semana. Si bien no queda claro hasta qué punto la policía está involucrada, un vendedor de la feria nos había contado que el pago era para la comisaría.

TIPO DE ACTIVIDADES QUE REALIZAN EN LA FERIA / ACCESO A LA MERCADERÍA/ ORGANIZACIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO / RELACIÓN COMERCIAL – COMPRA-CONSIGNACIÓN

La feria de Liniers se caracteriza por la venta de diversos productos y a su vez oferta distintos servicios. Como dijimos en el primer apartado, es una feria que consta de varias comunidades provenientes de distintos países. Cada una de ellas oferta distintos productos. Si bien, en su mayoría, los productos no se repiten con los vendedores en los puestos aledaños, sí es posible ver los mismos productos unos metros más alejados del puesto que tenga la misma mercadería.

Los casos que pudimos relevar, en su mayoría, son cuentapropistas, otros están en relación de dependencia y otros simplemente son núcleos familiares o de amigos/conocidos. En cada uno de estos casos el manejo dentro de la feria es bastante parecido. En el caso del horario lo acuerdan cada uno a su conveniencia, pero pueden amoldarlo en función del horario de la feria, el cual es de lunes a lunes de 8 de la mañana a 21 horas. En función de este horario, cada vendedor irá determinando los horarios de su conveniencia. Hay quienes trabajan durante la semana y deciden no hacerlo durante el fin de semana y están aquellos que trabajan durante el fin de semana y durante la semana quizá repongan mercadería o tengan otras ocupaciones.

Cada vendedor debe montar su puesto al iniciar su jornada y desmontarlo al finalizar el día. La estructura de los puestos así como la mercadería la tienen guardada en depósitos en la zona, esto les facilita el trabajo en la feria.

Cada vendedor determina su flexibilidad horaria o no. Esto dependiendo según el caso, de cualquier manera, la mayor parte de la gente que trabaja en esta feria, lo hace con el propósito de subsistir.

ESTRATEGIA-RACIONALIDAD-MOTIVACIÓN ECONÓMICA / VALORACIÓN DE SU TRABAJO

Como mencionamos en otro punto anterior, los vendedores en la feria llegan a entrar a esta actividad traídos por distintas circunstancias de sus vidas, pero también acompañados de un recorrido de vulnerabilidad en su paso por distintos trabajos informales. Sumado a que se encuentran en una situación incluso aún más desventajosa en su condición de inmigrantes.

Los vendedores de la feria reconocen que es una actividad ilegal pero se resguardan o justifican detrás de la idea que *“es mejor que salir a robar”*. Algunos prefieren tener una actividad a tener que estar encerrados en sus casas, aquellos impedidos por alguna enfermedad. Otros se justifican ante la idea que es un medio de subsistencia y que si tuvieran otra opción lo harían. En su mayoría se quejan de que no es estable, hay días en que se vende más que otros. Y en temporada de verano la actividad de la feria decae mucho.

MODO EN QUE SE RELACIONAN CON LA ESTRUCTURA / POLICÍA / INSPECTORES / COMERCIANTES / VENDEDORES DE LA FERIA.

Los puestos están bien demarcados, es posible ir a la feria en distintos días y observar un mismo puesto en el mismo lugar. Incluso, los mismos feriantes confirman estar fijos en cada una de sus ubicaciones, esto también facilita las cosas a los clientes en caso de querer encontrar un puesto dentro de la feria. En este sentido, nuevamente hacemos referencia al apartado anterior, los puestos se pueden localizar por zonas según el rubro. Es así como podemos ubicar los puestos de comida, las verdulerías y los puestos de zapatería sobre la calle Ibarrola; los puestos de indumentaria, carteras, calzados a lo largo de José León Suárez y sobre la Avenida Rivadavia encontramos los puestos de bijouterie, cinturones, carteras, etc. Éstos últimos característicos de los vendedores de África. Esta zona también es característica por los puestos polirubro. Y por último, pero no menos importante, la zona periférica de la feria, esta zona parece quedar relegada. Es bien notorio que la actividad central de la feria se encuentra sobre la calle José León Suárez, aún así, hay un grupo de feriantes que se ubican a los márgenes de la feria. Hay algunos puestos de vendedores africanos, puestos de venta de películas y video juegos, venta de juguetes, etc. Son unos pocos, apenas 15 puestos a lo largo de la calle Montiel y 3 puestos sobre la Av. Gral. Paz. Esta diferencia tan significativa no es un dato menor.

Si bien la organización de los lugares está prefijada de antemano por la antigüedad en cada puesto, es posible inferir, gracias a los datos recavados en las entrevistas realizadas y a las charlas informales con distintos feriantes, que hay sectores de la feria, principalmente en la zona central que están administrados por encargados de cuadra. Esto nos contaba una de las entrevistadas:

“(…)Depende de lo que venda y depende de donde se ponen... No. No es tan fácil. (...) Siempre hay códigos.(...) ...cada uno ocupa su espacio.

P: *(...)... hay algo predeterminado. Alguien... ¿Tenés que hablar con alguien para...?*

R: *No en esta cuadra no, puede ser en Rivadavia si... o José León Suárez. (...) Aquí es más tranquilo.*

P: *Y pero ahí que hablan con.... ¿hay algún encargado de cuadra?*

R: *No lo conozco.*

P: ¿Pero hay?

R: Pero seguro.

P: ¿Y con él hay que hablar directamente para pedirle permiso o arreglar un lugar?

R: Conmigo nunca se metieron, yo no quiero conocer a nadie, no quiero ni hablar con ellos...

P: Y en 7 años ¿nunca te molestaron?

R: Una vez, pero no, no el encargado, algún capo...Solo la policía a veces...pero una sola vez. Una vez me robaron. Algún juguetito me afana pero no es mucho, uno o dos veces en 7 años, no es nada." (Clara, 41 años)

Según otro de los testimonios entrevistados el alquiler de cada puesto se paga 300 pesos semanales. Esto nos lo confirmó otro feriante con el cual habíamos hablado, a su vez nos confirmó que el pago del alquiler era para la comisaría. Esto nos demuestra que existe un régimen de pagos por los puestos en la feria. Operan en paralelo dos lógicas distintas. Por un lado la feria organizada por un encargado de cuadra, con un cobro semanal de 300 pesos; por el otro lado, una zona que intenta regirse por sus propias reglas y hacer caso omiso a las normas que imperan en la feria, como logra manifestarse en la entrevista realizada a Juan, ubicado en la zona periférica de la feria.

Sin embargo, hay determinados códigos que imperan en la feria de Liniers, ciertas condiciones que uno debe cumplir, independientemente del lugar asignado. En primer lugar, respetar el lugar del feriante con más antigüedad, respetar el comercio frente al cual uno va a ubicar el puesto, y respetar al compañero de la feria, no es bien visto vender la misma mercadería que el feriante contiguo al puesto. Teniendo en cuenta estas premisas es posible entender el por qué de la especialización de cada puesto; en primer lugar el puesto ubicado en las zonas centrales tiene un costo semanal, en segundo lugar el dueño del comercio frente al cual se encuentra el puesto dio permiso para la instalación del mismo, en tercer lugar los productos del puesto no deben competir con los del comercio ni con los de otros feriantes. Esto indica que cambiar de rubro implica la reubicación del espacio en la feria, si el producto llegará a coincidir con el del comercio u otros puestos en la feria. En conclusión, los puestos en la feria no son improvisados, por el contrario. Otro caso a tener en cuenta es la distribución del espacio frente al shopping o frente a la Terminal de micros o frente a la escuela: ninguno de estos espacios está ocupado por la feria, excepto la escuela en los días que permanece cerrada. El resto no permite la instalación de la feria frente a sus establecimientos.

6) PROYECTOS O PERSPECTIVAS PERSONALES Y LABORALES / EXPECTATIVAS Y CONFLICTOS PRESENTES. VENTAJAS Y PERJUICIOS DE CONTINUAR EN LA FERIA

Las expectativas de los vendedores están vinculadas a poner un local del rubro al cual se esté dedicando, todos expresan su preferencia por otros trabajos pero se ven impedidos de hacerlo o por enfermedad, cuidado de los hijos, edad, imposibilidad de conseguir otro trabajo. Aquellos que estudiaron una carrera terciaria expresan su deseo de poder ejercerla. Otros mencionan la idea de aplicar el pago de un monotributo para los puestos en la calle, para evitar estar continuamente tensos

frente a la posibilidad de un operativo municipal. La idea de continuar en la feria tampoco se les presenta como un futuro prometedor, es algo que deben seguir haciendo como una forma de subsistencia cotidiana.