

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

Facultad de Ciencias Sociales

Escuela de Antropología

Memoria de Seminario de Graduación

“Experiencias, vivencias e identidad de quienes se dedican a la venta ambulante de frutas y verduras, ubicados en las calles 6 y 8 del Casco Urbano Central de San José, 2010-2011”

Para optar por el grado de Licenciatura en Antropología Social

Grettel Araya Segura

Marlon Mejía Serrano

Nancy Solís Acuña

Karla Vega Corrales

San José, Costa Rica

2011

Tribunal examinador



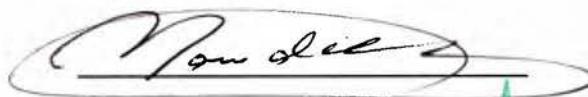
M Sc. Giselle Chang Vargas

Director del Tribunal Examinador



M Sc. Mario Zúñiga Núñez

Representante de la Escuela de Antropología



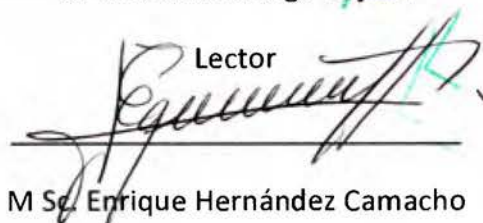
Dra. María del Carmen Araya Jiménez

Tutora



M Sc. Julián Monge Najera

Lector



M Sc. Enrique Hernández Camacho

Lector

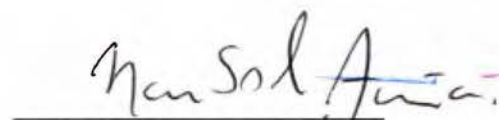
Sustentantes



Grettel Araya Segura



Marlon Mejía Serrano



Nancy Solís Acuña



Karla Vega Corrales

Dedicatorias

A mis papás, Ronald y Yamileth, y a mi hermana Kuny por su apoyo, compañía, esfuerzo y amor en el proceso de estudiar lo que realmente me gusta. A Kia, por enseñarme una y otra vez que todas las esperas valen la pena.

Nancy.

A los seres humanos que durante la historia han sufrido algún tipo de injusticia, estigmatización, aislamiento o exclusión social.

Grettel.

A la mujer que me ha dado todo de sí para verme feliz, la que me enseñó amar, la que llora conmigo cuando lo necesito, la que desde que nací tomó mi mano para nunca soltarme, por eso y más es que esto es para vos mami, por ser una gran mujer y madre...te amo...

“...si tuviera que elegir...te elegiría a ti besándome, cuidándome, siéndote, tan solo esos momentos son los que guardo dentro...te elegiría a ti de nuevo a ti amándome, tan solo esos momentos son los que llevo dentro de mi...” Noel Schajris

Marlon.

A mi hijo Felipe, por darme razones suficientes para no desfallecer cuando estaba cansada y por las horas que sacrificó de su tiempo para que este trabajo fuera una realidad. *

Karla.

Agradecimientos conjuntos

A Carmen Araya por su acompañamiento durante todo el proceso de elaboración de esta memoria, por la experiencia transmitida y por su dedicación para que este proyecto fuera exitoso.

A Enrique Hernández por su visión, por darle forma a las ideas que dieron origen a este proyecto y por apoyar nuestra perspectiva de trabajo.

A Julián Monge por aportar sus ideas y su carisma para la realización del proyecto y la elaboración de esta memoria y por confiar en nuestra capacidad para lograrlo.

A Roy Rivera por su criticidad y por su anuencia a darle crédito a nuestras ideas.

A Marcelo Gaete por confiar en las nuevas ideas de la antropología y por su actitud positiva ante este proyecto.

Agradecimientos

A Grettel, Marlon y Karla por ser mis compañeros de aventura y tenerme la paciencia necesaria para sostenerme al final del proceso cuando las cosas se pusieron un poco difíciles. Gracias por haber tomado la decisión de unirnos y trabajar en esto.

A los vendedores ambulantes. Sin ellos el trabajo simplemente no existiría. Infinitamente agradecida por su colaboración y confianza. Me ayudaron a seguir divulgando el mensaje de que necesitamos un país más solidario.

A los profesores que a lo largo de la carrera me formaron y a los que durante el desarrollo de este proyecto colaboraron en él.

Al profesor Marcelo Gaete por ayudarme a moldear el tema de este trabajo en sus inicios, por su actitud positiva y buena vibra.

Al profesor Roy Rivera, por su paciencia titánica, por enseñarnos a investigar y por hacer de las clases charlas amenas.

A mi familia por las palabras bonitas y el apoyo que siempre me han dado.

A mis amigos, por las charlas sobre el trabajo y palabras que me hicieron no ponerlo en pausa.

Nancy.

A mis padres, Flor por su valentía, ejemplo, dedicación, esfuerzo, sostén y superación durante todos estos años; y Fernando por su solidaridad, cariño y apoyo.

A Luis Alonso por ayudarme a ser una mejor persona y nunca desfallecer, brindándome siempre su apoyo, dedicación, seguridad y buenos consejos.

A Silvia, que me ayudó a tomar decisiones y a sentirme segura de ellas.

A mis abuelos Jorge y Anita, por su sabiduría y agradables anécdotas.

A Nancy, Karla y Marlon, mis compañeros y amigos, con los cuales aprendí a ser perseverante y a cumplir mis metas, otorgándome siempre su apoyo incondicional.

A la Universidad de Costa Rica por la excelente educación y humanismo que me brindó a lo largo de los años.

Y por último y no menos importante, a los vendedores ambulantes de San José, por ofrecernos su apoyo y tiempo de una forma muy grata, para conformar este trabajo de graduación.

Grettel.

A Dios por darme las fuerzas necesarias para lograr esta meta y permitirme culminar con satisfacción esta etapa de mi vida.

A los vendedores ambulantes de frutas y verduras de San José, en especial a los jóvenes colaboradores que inspiraron y construyeron este apartado de la presente memoria.

A mi familia en general por el apoyo y comprensión durante todo este tiempo. A Olga, Vivian y Tere porque han sido las personas que me motivaron a seguir adelante cuando en ocasiones estaba desmotivado.

A Grettel Araya, Nancy Solís y Karla Vega, por brindarme su amistad y compañía en estos años de estudio. Además por proponer y aceptar la unión que dio como fruto la totalidad de este documento.

A las personas que han estado cuando más los he necesitado, me han ayudado y tolerado en mis peores momentos, pero que han sabido cómo entenderme y aceptarme como soy.

A mis amigos de la universidad que han estado en las buenas y malas durante mis años de estudio. A todos gracias por tan lindos recuerdos y grandes experiencias.

Por último a la Universidad de Costa Rica por brindarme la oportunidad de recibir una educación superior de calidad y al personal docente y administrativo de la Escuela de Antropología.

Marlon.

A los vendedores que siempre estuvieron dispuestos a colaborar con este trabajo porque sin su ayuda no lo hubiera conseguido.

A mis tres compañeros de viaje que fueron un apoyo en los momentos difíciles les doy gracias por su valor y esfuerzo.

A mis hermanas y a mi sobrina que cuidaron de Felipe para que pudiera hacer trabajo de campo y pasar horas frente a la computadora.

A mis profesores que a lo largo del camino me dieron sus opiniones para mejorar constantemente.

A Tatiana Aguiar que con su alegría y con su cariño me dieron valor para continuar cuando las fuerzas se me habían agotado.

Y a todos los amigos y conocidos que tuvieron la paciencia para escuchar cuando necesitaba desahogarme o hablar acerca de este proyecto.

Karla.

Índice General

Capítulo 1.....	18
Historia y perspectivas de las ventas ambulantes en San José.	18
Olores, colores y sonidos	35
La infracción.....	51
Capítulo 2.....	54
<i>¡Hojas secas!</i> La organización para la vida alrededor de la economía popular de los VA.....	54
Manifestaciones de la economía popular en Calles 6 y 8.....	60
La perspectiva de la economía popular	63
Capítulo 3.....	76
Dinámica de las relaciones sociales y exclusión social en los vendedores ambulantes.	76
Tipos de Relaciones Sociales.....	81
Policía Municipal.....	82
Vendedores de comercios formales	91
Clientes	95
Transeúntes	99
Los espacios de la exclusión social	106
La calle como testigo de una inclusión social	109
Capítulo 4	113
Construcción de la identidad en los jóvenes VA, vista desde su propia perspectiva	113
Introducción.....	114
“Mi espacio...tu espacio...el de todos...”	139
Venta ambulante... ¿Estigmatiza?	151
Capítulo 5	159
Construcción de la alteridad en las familias de VA. Un acercamiento desde la genealogía narrada.	159
Introducción.....	160
Construcción de la Alteridad	162
La familia y su significado	172
Elaboración de la genealogía narrada	182
Amamantando, educando y vendiendo	193
Bibliografía	205
Anexos	209

Índice de cuadros

Cuadro # 1. Capítulos del Seminario y sus responsables.....	14
Cuadro # 2. Técnicas y número de informantes según capítulo.....	20
Cuadro # 3. Informantes según grupo etéreo. Capítulo relaciones sociales.....	29
Cuadro # 4. Nombre y tipo de comercios. Calles 6 y 8, Casco Urbano Central de San José. Setiembre 2010	32
Cuadro # 5. Síntesis del tipo de relaciones que establecen los VA con las personas que están y circulan por las calles 6 y 8.....	105
Cuadro # 6. Acercamiento a la venta ambulante.....	123
Cuadro # 7. Etapa en la que se inició el acercamiento a la historia de la venta ambulante.....	124
Cuadro # 8. Años que tienen los VA de dedicarse a la venta ambulante.....	127
Cuadro # 9. Actores del espacio donde se generan las ventas ambulantes de las calles 6 y 8 que influyen en la identidad de los jóvenes VA.....	129
Cuadro # 10. Autopercepción de los jóvenes acerca de ser VA.....	145
Cuadro # 11. Concepto de alteridad.....	168

Índice de diagramas e ilustraciones

Diagrama #1. Metodología y técnicas de la Investigación.....	19
Ilustración #2.Línea del tiempo.....	51
Ilustración #3.Construcción de la alteridad del ego.....	169
Diagrama #4. Genealogía de Conrado.....	176
Diagrama #5. Genealogía de Lucía.....	177
Diagrama #6. Esquema de una genealogía.....	183
Diagrama #7. Esquema de una narración.....	184
Diagrama #8. Narración de Lucía.....	185
Diagrama #9. Herencia de la actividad económica en el caso de Conrado...	187
Diagrama #10. Transmisión de los valores asociados al trabajo en el caso de Conrado.....	189
Diagrama #11. Herencia de la actividad económica en el caso de Lucía.....	190
Diagrama #12. Patrón asociado a las relaciones maritales en el caso de Lucía.....	192

Índice de mapas

Mapa #1. Movilidad de los VA por el Casco Urbano Central de San José, Marzo 2011	22
Mapa #2. Distrito La Merced, Casco Urbano Central de San José. Setiembre 2010.....	31
Croquis #3. Distribución de los establecimientos comerciales por tipo de servicio ofrecido. Calles 6 y 8, Casco Central Urbano de San José. Noviembre 2010.....	35
Croquis #4. Relaciones sociales. Calle 6 y 8. Febrero 2011	80
Mapa #5. Movimiento de los VA. Diciembre 2010.....	85
Mapa #6. Ubicación de los jóvenes VA.....	131

Índice de fotografías

Fotografía #1. Edificios de los alrededores de calle 6.....	38
Fotografía #2.Destrucción de mercadería.....	52
Fotografía #3.Ambiente de la Economía Popular.....	56
Fotografía #4.La convivencia con los hijos en las calles. Doña Esperanza con su hijo.	57
Fotografía #5.Hora del café de los VA.....	59
Fotografía #6.Hora del almuerzo de los VA	60
Fotografía #7.Decomisos de mercadería.....	72
Fotografía #8.Decomisos de mercadería.....	86
Fotografía #9.Jaladores en San José	93
Fotografía #10.Kiosco en San José.....	92
Fotografía #11.Los compradores.....	98
Fotografía #12.Niños trabajando en San José.....	135
Fotografía #13.Jóvenes vendedores.....	141
Fotografía #14.Organización de los jóvenes VA.....	143
Fotografía #15.Joven vendedor.....	148
Fotografía #16.Familia de VA.....	179
Fotografía #17.Carlos en su puesto de trabajo.....	182
Fotografía #18.Hijos de Lucía en el lugar de trabajo.....	191
Fotografía #19.Lucía en la perfumería dando de comer a su hijo menor.....	197
Fotografía #20.Cotidianidad de los VA.....	198

Resumen

El presente documento resume las experiencias y vivencias de quienes se dedican a la venta ambulante de frutas y verduras, además se hace un acercamiento a los ejes que sirven para la construcción de la identidad y la alteridad dentro de este sector popular. El trabajo se circunscribe en las calles 6 y 8 del Casco Urbano Central de San José.

La inquietud acerca de este tema nace de una realidad nacional que invita al debate y al cuestionamiento del discurso oficial, en la misma existen personas que trabajan y viven en condiciones diferenciadas. Esta realidad no puede ser ajena al quehacer académico.

Los relatos a los que se hace alusión corresponden a las memorias que los protagonistas guardan acerca de la actividad y de sus relaciones con los demás vendedores.

El enfoque está dado desde lo que se conoce como Economía popular, según la cual la actividad económica no solo es un medio que da pie a la obtención de recursos materiales sino que sustenta además necesidades sociales.

El principal aporte de esta investigación radica en la visibilización de los vendedores ambulantes como parte activa de la sociedad costarricense, mediante la construcción de una visión humanizada de la actividad en sí y de quienes la ejercen.

El estudio pretende contribuir a disminuir los vacíos que existen en otros estudios de corte economicista que ensombrecen la parte humana de la práctica de la venta ambulante. Se pretende además incentivar la criticidad de quienes trabajan temas similares, de manera que se cree un nuevo discurso más incluyente.

Introducción General

En este documento se expone la memoria del trabajo final de graduación titulado “*Experiencias, vivencias e identidad de quienes se dedican a la venta ambulante de frutas y verduras, ubicados en la calle 6 y 8 del Casco Urbano Central de San José, 2010-2011*”. Este trabajo fue elaborado en la modalidad de Seminario de Graduación, según el Reglamento de Trabajos Finales de Graduación (Aprobado en sesión N° 2713-17,4-8-80), para optar por el grado de Licenciatura en Antropología Social de la Universidad de Costa Rica. Su duración abarcó dos ciclos lectivos, del II-2010 al II-2011.

El seminario tuvo como objetivo central comprender los aspectos constitutivos de las dinámicas, percepciones, vivencias e identidad de los VA (vendedores ambulantes de frutas y verduras)¹, los que contribuyeron a visualizar la vida de estos actores. Esta memoria permite entender a los vendedores desde una visión más humanizada, sobre todo considerando los procesos de estigmatización, exclusión y discriminación que han sufrido, crecientemente, desde el año 1990 hasta la actualidad.

Para esta investigación se tomó en cuenta a VA que se dedican exclusivamente a la venta de frutas y verduras, que tenían más de tres meses de ejercer la actividad en las calles 6 y 8, cerca del Mercado Central y Mercado Borbón. Esta ubicación se consideró como una referencia geográfica para la identificación de la población de estudio, sin embargo por las características de dicha población se contempló su movilización hacia el norte, sur, este y oeste de las calles señaladas.

El estudio integró cuatro ejes temáticos:

- Economía de los VA, analizada a partir del concepto de economía popular.
- Dinámica de relaciones sociales y exclusión social en los VA.
- Construcción de la identidad de los jóvenes VA, desde su perspectiva.
- Construcción de la alteridad en familias de VA.

Estos ejes fueron abordados de manera individual por uno de los cuatro integrantes del seminario; así como, organizados en la presente memoria, en cuatro capítulos. Los cuatro capítulos fueron precedidos de uno introductorio, en donde se exponen aspectos generales de la investigación. Los capítulos y sus responsables fueron los siguientes:

¹ A lo largo del documentos se utilizará la abreviatura VA.

Cuadro 1. Capítulos del seminario y sus responsables

N. Capítulo	Título	Responsable
I	Historias y perspectivas de las VA en San José	Totalidad del grupo
II	¡Hojas secas!, la organización para la vida alrededor de la económica popular de los VA	Nancy Solís
III	Dinámica de Relaciones Sociales y Exclusión Social en los VA	Grettel Araya
IV	Construcción de la identidad en los jóvenes VA, vista desde su perspectiva	Marlon Mejía
V	Construcción de la alteridad en las familias de VA. Un acercamiento desde la genealogía narrada	Karla Vega

Fuente: Elaboración propia

A continuación se hace un resumen de cada capítulo. El primer capítulo, **“Contextualización, percepciones e historia de las Calles 6 y 8 de San José”** –realizado de manera conjunta por los cuatro investigadores-, tiene como objetivo presentar aspectos metodológicos del trabajo, ubicar al lector en la zona dónde se realizó la investigación, acercarlo a la realidad específica que viven los VA; así como, dar una apreciación de cómo nosotros, los investigadores, percibimos el contexto y la población.

Se inicia con los métodos y técnicas utilizadas en la investigación y, con el señalamiento de una particularidad de tales métodos, que consistió en la puesta en práctica de una etnografía en tránsito o en movimiento. Esta importante adaptación de lo que ha sido la etnografía tradicional de la antropología, es producto de la gran movilidad a la que tienen que recurrir los VA, por el espacio del casco urbano central de San José, a fin de poder evadir los operativos oficiales y así, realizar su trabajo.

Se incluye una breve descripción de los principales protagonistas de la investigación quienes brindaron sus valiosas experiencias y percepciones para poder desarrollar nuestro trabajo, así como una explicación de la forma en que llevamos a cabo la investigación desde el inicio del trabajo de campo.

Se ofrece una idea general de la geografía del lugar y un detalle de los comercios y actividad que rodean las calles 6 y 8, ayudándonos con mapas y croquis para facilitar la orientación. La descripción está acompañada de un apartado de percepciones sensoriales de la zona de investigación y los cambios experimentados en ella durante el trabajo de campo.

Se expone un apartado con algunos de los hechos históricos más relevantes de esta actividad, contada desde visiones diferentes por parte de los mismos VA, ilustrado con una línea del tiempo para plasmar esos momentos significativos; así como con fuentes provenientes de la Municipalidad de San José, periódicos y de los únicos trabajos sobre el tema en Costa Rica que se localizaron.

En el **segundo capítulo, “¡Hojas secas!, la organización para la vida alrededor de la economía popular de los VA”**, se muestran las formas en que los VA viven la actividad económica que ejercen en las calles y cómo se perciben ante la misma. Para ello se describen las formas de organización que experimentan a partir de la noción de economía popular, donde las actividades que surgen resultado de las experiencias cotidianas, pasan a satisfacer las necesidades básicas de los VA.

Se partió de los relatos del día a día de los VA para poder ampliar la visión que en la opinión colectiva se tiene de este oficio. Más allá de la compra y venta de vegetales existe toda una organización para la vida, que involucra a personas que con ese trabajo de las ventas ambulantes. Las nociones de capital social y economía popular, dieron la posibilidad de poder desmenuzar esas experiencias y organizaciones.

El **tercer capítulo, “Dinámica de relaciones sociales y exclusión social en los VA”**, se enfoca en las relaciones sociales que posee este sector determinado con los demás personajes que confluyen en las calles, como policías municipales, vendedores formales y de kioscos, clientes de los VA y transeúntes².

Se abarcaron las relaciones de una manera particular pero tomando en cuenta que forman parte de un todo, de esta manera se conoció qué tipo de relaciones poseen los VA con

² Se entiende como transeúnte a la persona que hace uso de la calle y la transita. Éstos se pueden transformar en clientes de los VA.

los demás actores, en qué se diferencian, por qué se dan de esa manera, y cómo reaccionan los VA frente a este trato.

Estas relaciones fueron vistas dentro del marco de la exclusión social, ya que al ser un grupo tan estigmatizado por algunos medios de comunicación y entes políticos, se percibió de alguna forma la reproducción de la misma. Pero de igual manera se distinguió que la inclusión social se encuentra bastante presente entre estos personajes.

En el **capítulo cuarto: “Construcción de la identidad de los jóvenes VA, desde su perspectiva”**, se realiza un acercamiento a la construcción tanto individual como colectiva de estos actores, lo que facilitó la delimitación de la existencia de una identidad de grupo entre los VA. Se evidencian las expresiones comunes que definen a la población de VA como grupo, tomando en consideración los aspectos que influyen la identidad como la familia, el trabajo, la historia (como grupo) y el contexto.

El estudio de los procesos identitarios de los jóvenes que ejercen esta actividad, genera una mejor comprensión de la realidad a la cual se enfrentan, lo que permite una humanización de sus rostros como individuos. En la identidad del grupo se enlazan la historia, las narrativas y las imágenes que a través del tiempo, o por lo menos un fragmento de este, han hecho de sí, por y para la colectividad en su conjunto.

Se indagó por qué, pese a que las ventas ambulantes han sido estigmatizadas por autoridades, medios de comunicación y personas, los VA se mantienen en dicha actividad. Lo que contribuye a la definición de una identidad estigmatizada para este grupo.

Se determinó que existen elementos relacionados con lo laboral, lo productivo, la organización, la conformación de las familias, las relaciones con el territorio y con la historia específica como grupo, que son factores importantes de la construcción de ellos como grupo.

En el **capítulo quinto, “Construcción de la alteridad en las familias de VA. Un acercamiento desde la genealogía narrada”** se realizó un análisis de la construcción de las relaciones familiares, vistas desde la alteridad y cómo estas son influenciadas por la organización familiar que se realiza tanto en el contexto doméstico como público, exigido por la misma dinámica de las ventas ambulantes.

Se trató la organización de los VA como mecanismos de ajuste ante las condiciones estructurales (económicas y sociales) que se plantean en el sistema de mercado actual. Lo anterior obedece a que, en el caso que nos ocupa, la opinión pública ha girado en torno a la

idea de que los VA no pertenecen al conjunto de la sociedad, como si la conformación del orden social no fuese responsable de las condiciones que ellos viven. Se parte del principio de que sus pocas posibilidades se deben a su falta de compromiso con la *superación*.

Con estos principios, se trató de comprender cómo es que diversas familias durante tiempos prolongados, han sufragado las necesidades básicas de sus miembros mediante la venta ambulante. Además, se han dado a la tarea de idear mecanismos internos y externos que les permitan llevar a buen término cada día de trabajo.

El aporte de esta memoria reside en la búsqueda de resignificación de la actividad económica que ejercen los VA. Se acudió a términos que incluyan a las personas que ejercen esta práctica como forma de vida y que no solo consideren las relaciones comerciales josefinas. Dichos conceptos implican definiciones más incluyentes y apropiadas para una red social compleja, definida en forma dominante desde la esfera normativa. Desde esta perspectiva, se trató de visibilizar a la Persona en el espacio de trabajo y en medio de la cotidianidad, que es producto de un conjunto de relaciones mediadas por discursos diversos.



Capítulo 1

Historia y perspectivas de las ventas ambulantes en San José.

Aspectos metodológicos de la investigación

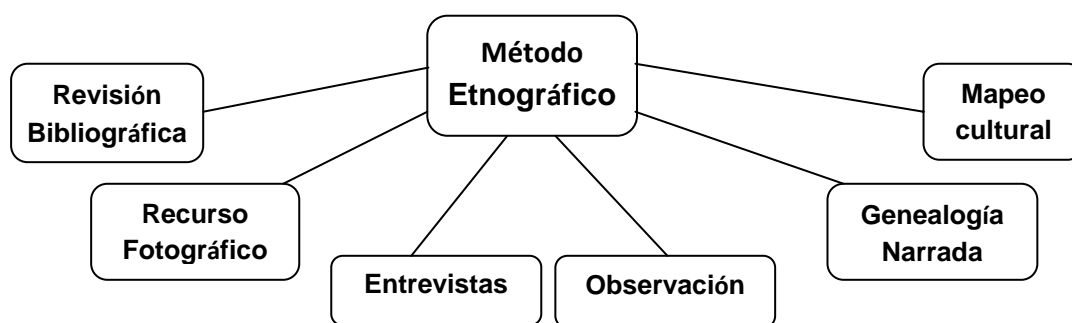
El principal método con el que se trabajó fue el etnográfico. Dicho método permitió un acercamiento a la población de estudio, específicamente su cultura y el universo de la investigación, tanto de una manera global como particular.

Este método permitió conocer cómo las personas percibían y manifestaban sus realidades en el mundo externo, gracias al acercamiento a los diferentes espacios en los que se desenvuelven los actores. Asimismo, contribuyó a conocer las calles 6 y 8 del Casco Urbano Central de San José, como nuestro propio universo investigativo, donde convergen y se desarrollan las prácticas, vivencias, relaciones y demás aspectos de la vida cultural, social y económica del VA, junto a los demás personajes de estas calles.

De la mano de la etnografía se comprendieron aspectos identitarios de los VA, relacionados con las propias redes sociales y familiares del entorno que se entretajan gracias a la llamada economía popular.

Acompañaron a este método las siguientes técnicas de recolección de información:

Diagrama # 1. Metodología y técnicas de la investigación



Fuente: Elaboración propia.

Para más detalle de las técnicas mencionadas en el diagrama anterior, ver Anexo N.1.

Es necesario aclarar que a cada informante se le explicó antes de iniciar el proceso, con detenimiento, profundidad y con el lenguaje adecuado a sus formas de comunicación, la naturaleza, fines, organización y desarrollo de la investigación. Además, se les comunicó que la participación es voluntaria, asimismo que los datos que se obtuvieran serían confidenciales y, para resguardar la identidad de la persona, se usaría nombres ficticios.

En la siguiente ilustración se hace un resumen y síntesis de las técnicas más importantes que guiaron el trabajo; así como del número de informantes, según capítulos y temas.

Cuadro # 2. Técnicas y número de informantes, según capítulo.

Capítulo	Técnicas	No de Informantes
I. Historia y perspectivas de las ventas ambulantes en San José.	Revisión Bibliográfica, Mapeo Cultural, Fotografías, Observaciones.	4 vendedores ambulantes / 1 representante de la Municipalidad de San José
II. ¡Hojas Secas!, la organización para la vida alrededor de la economía popular de los VA	Revisión Bibliográfica, Entrevistas, Observaciones.	5 vendedores ambulantes
III. Dinámica de relaciones sociales y exclusión social en los VA	Revisión Bibliográfica, Entrevistas, Observaciones.	5 vendedores ambulantes
IV. Construcción de la identidad en los jóvenes VA, vista desde su perspectiva	Revisión Bibliográfica, Entrevistas, Observaciones	5 vendedores ambulantes
V. Construcción de la alteridad en familias de VA. Un acercamiento desde la genealogía narrada.	Revisión Bibliográfica, Entrevistas, Observaciones, Genealogía Narrada.	2-5 Familias de Vendedores Ambulantes

Fuente: Elaboración propia

Etnografía en tránsito

Es importante subrayar que, aunque la metodología que orientó la investigación fue la etnografía, al observar las complejas dinámicas del contexto que se dispuso para la investigación, como el movimiento de las personas, los ruidos y composición del espacio, fue necesario hacer una adaptación, tanto al método como a las técnicas anteriores, comúnmente utilizadas en la etnografía para la recopilación de los datos. Esto supuso la reestructuración de las observaciones, entrevistas y genealogías que nos propusimos realizar, para que no alteraran la fluidez de la vida de los participantes dentro del proceso.

Por esta razón, no fue posible aplicar a los informantes una guía de entrevista estructurada, ya que esto habría implicado interrumpir la jornada laboral de los VA por tiempos prolongados y modificar su cotidianidad en pro de nuestra investigación.

Con el pasar de los días las observaciones se hicieron más extensas y empezamos a tener la sensación que experimentamos cada vez que se viaja en autobús: los sentidos se agudizan y el medio de transporte se convierte en un escenario en el que la vida transcurre ante la mirada del investigador. Así, en cada recorrido fue inevitable identificarse con las conversaciones de los pasajeros, los cuchicheos del chofer, tratar de entender cómo se ven todos, qué dicen y a quién se lo dicen.

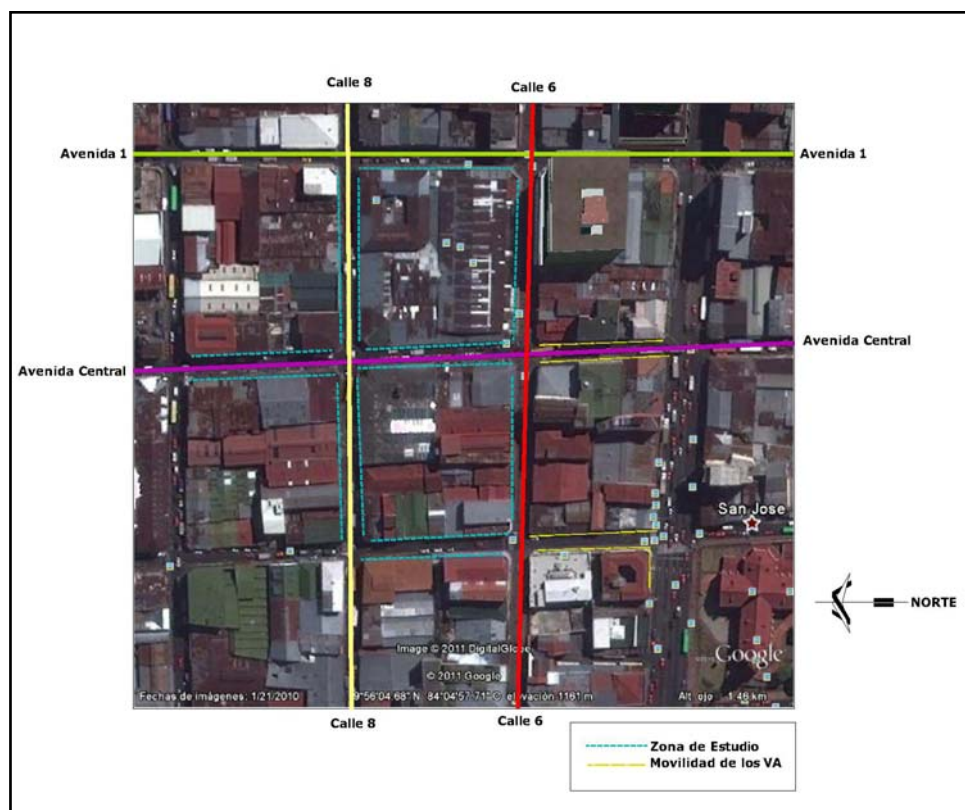
Para poder conocer las vivencias de los VA en el contexto señalado, fue necesario poner en práctica una etnografía en tránsito, que dio prioridad a la circulación del investigador por el lugar como un transeúnte más, de la misma manera que se viaja en un autobús. También fue indispensable agudizar el olfato, la mirada, el oído y con ellos, el arte de observar, escuchar y conversar. No bastó con observar, sino que fue indispensable identificarse con el contexto.

Como ocurre en un autobús en el que suben y bajan personas de manera constante y el panorama depende de dicho movimiento, encontramos que la población con la que se trabajó no es estática, y a pesar de que el autobús continúa siendo el mismo y mantiene su recorrido establecido, su dinámica interna depende de quienes lo abordan. La sociedad se comporta de manera semejante ya que es producto del aporte de todos los grupos que la componen y es allí donde está enmarcada la actividad de la venta ambulante. Esta visión está marcada por nuestro primer acercamiento al contexto de la investigación. Más adelante esa visión se haría más cercana por lo que utilizamos otra metáfora para referirnos a ella.

La calle se nos presentó, entonces, como una estructura fluctuante, aleatoria, un escenario de metamorfosis constantes (Delgado, 2000), en la que los VA suelen dispersarse de los lugares habituales de trabajo (calle 6 y 8), hacia otras zonas en busca de seguridad para ejercer las ventas, donde la Policía Municipal no vigile sus actos. Seguir el ritmo de sus pasos fue necesario para entender las relaciones con las autoridades y sus formas de organizar el trabajo y adaptarse a las circunstancias. En otras palabras, hacer antropología urbana, de la calle “atendiendo las movilidades que le dan personalidad, con todos los transbordos y correspondencias, pero también con traspies e interferencias” (Delgado, 2000).

El siguiente mapa muestra la dirección de la movilidad más significativa de los VA durante el proceso de investigación:

Mapa # 1. Movilidad de los VA por el Casco Urbano Central de San José, Marzo 2011



Fuente: Imagen tomada de Google Earth. 2011

La calle, se pensó y entendió como un contorno de significaciones, códigos y casi imperceptibles acuerdos, entre quienes la transitan y, con su presencia, la edifican. Michel de Certeau (1974) señala que la calle se constituye como una narración personal de quien la transita que con su andanza construye un paisaje basado en sus observaciones, pausas, descansos, prisas y espacios dejados en blanco por su ausencia en ellos. Quienes atraviesan las calles de San José no pueden dejar de influir en las dinámicas que ahí tienen lugar, cada uno es parte de un conjunto mayor.

La experiencia de transitar por la calle abre la posibilidad al desarrollo de diversos relatos, lugares, miradas desde donde verse y ver al otro (Delgado, 2007) y en esta ocasión aunque ese otro lo encarnan los VA, se abordó el relato de la calle desde su experiencia, como un pasajero más al que le merece una opinión el ambiente que le rodea y en el cual

deben abrirse espacios posibles para la sobrevivencia como una *cultura en tránsito* (Ford, 1992).

Al no poder planear citas de entrevistas, ni sentarnos en una mesa café en mano al lado de los informantes, decidimos recoger datos de manera espontánea, en medio de conversaciones durante las jornadas laborales de los VA. Para poder comprender la organización, los procesos de exclusión, las relaciones sociales, la construcción de la alteridad e identidad de los VA alrededor de la economía popular. Además, hicimos 32 observaciones con una duración no menor a dos horas, realizamos entrevistas no estructuradas a los VA mientras vendían chiles, manzanas o chayotes, siempre con la idea clara de la información que era necesaria para la construcción del dato etnográfico, dejando que cada persona expresará su sentir acerca de las situaciones que acontecen en la calle, sin dejar de lado la necesidad de canalizar la conversación por medios menos rígidos.

La *antropología en movimiento* permitió registrar la información de manera más vivencial, con datos de primera mano que afloran en el contexto, donde se hace más fácil comprenderlos y reinterpretarlos.

Esta etnografía ambulante se reforzó con la observación, las entrevistas no estructuradas, las genealogías narradas, el registro fotográfico, los mapeos culturales o recorridos urbanos, anteriormente citados, para darle un mejor aprovechamiento a los datos que pudimos recabar.

Para las observaciones se tomó en cuenta el horario de trabajo de los VA, registrando la información en diarios de campo de cada uno de los investigadores. Dichas observaciones constaron de recorridos por las calles en las que se encuentran los vendedores, para lo que se observó, no solo las ubicaciones y disposiciones en el espacio de los mismos VA, sino también las reacciones que se generan a partir del contacto entre ellos mismos con sus clientes, con los comerciantes formales de la zona, con otros vendedores y con la Policía Municipal. La observación permitió la elaboración de las descripciones del lugar en el que se trabajó, así como también identificar los posibles informantes para las entrevistas y las genealogías.

En el caso de las entrevistas no estructuradas se decidió trabajar con vendedores que por su experiencia en la actividad pudieran describir los acontecimientos, tanto del presente como de años anteriores, con el fin de elaborar un panorama amplio de la situación a la que nos enfrentamos. Las entrevistas se realizaron en el mismo lugar en el que ese día se

encontraba el informante y se ajustaba si habían o no operativos policiales. Las preguntas refirieron en un inicio a indagar cuáles eran las condiciones de trabajo, las cuestiones relacionadas con la Municipalidad de San José y las relaciones dentro del contexto de laboral.

Conforme se avanzó en la investigación cada investigador diseñó preguntas que se ajustaron a los objetivos planteados para cada uno de los capítulos a desarrollar. Las entrevistas tuvieron entre 10 y 25 minutos de duración con el propósito de no sobrecargar a los participantes. En total se realizaron 112 entrevistas ya que cada uno de los investigadores tuvo como mínimo cuatro informantes a los que se entrevistó en siete ocasiones, en un total de 116 días de trabajo de campo.

Para entender las acciones y relaciones de las familias de VA se aplicó la genealogía narrada, mediante el cual las vivencias de las familias son las que aportan la información acerca de las relaciones que han forjado. Por medio de la narración se ubicó en la memoria de los participantes las experiencias más significativas alrededor del ejercicio de la economía popular, con el fin de conocer las ideas que acerca de la familia y sus cargas sociales manejan los VA, y de cómo se han adaptado a las condiciones de trabajo en las calles.

Las genealogías se consideraron un discurso, más que solo diagramas de las relaciones de parentesco. Esto permitió dar un enfoque particular a cómo se construye la historia familiar y perfilar el significado que el *Otro* tiene para cada uno de los Egos, es decir cómo establecen la alteridad familiar.

Por medio del registro fotográfico se documentaron acontecimientos importantes dentro del contexto de trabajo como lo fueron algunos decomisos, se perfilaron los actores y las actividades comerciales presentes en la zona. Las fotografías aportaron información acerca de la disposición de los VA en las calles y de los productos que se venden, así como de los edificios y las diferentes vistas de la ciudad, ya que en ocasiones se usaron balcones de los edificios altos para hacer tomas de la calle y del entorno.

En cuanto a las personas que participaron se hizo una clasificación por grupo etario en la que se considera como adulto joven a las personas entre 18 y 35 años, adulto de 35 a 65 y adulto mayor de 65 en adelante.

De la misma manera se consideraron las actividades que realizan en el contexto sean estos VA, vendedores formales, policías, transeúntes, clientes o dueños de kioscos con el fin de tener completo el espectro de actores que confluyen dentro de la zona de estudio. En el

caso específico de los VA se tomaron en cuenta las opiniones de aquellos que por su experiencia, referida a los años de ejercer la actividad, pudieran aportar mayor información.

Descrito el escenario en el cual se desarrolló la investigación, cabe decir que nace de la necesidad de conocer la realidad de las personas, por lo que se decidió mirar a través de sus ojos y determinar cuál es la percepción que ellos tienen mismos y de su contexto, sin desatender la realidad social compleja en la que están inmersos como un todo objetivo/subjetivo.

Por último, debemos aclarar que cuando hacemos referencia al trabajo de campo de esta investigación se está tomando como inicio el mes de junio del 2010 hasta el mes de diciembre del mismo año, donde se hace una pausa por las festividades. La investigación se retoma en el periodo comprendido entre el mes de enero y el mes de junio del año 2011.

Las visitas al lugar de trabajo se realizaron haciendo recorridos de las calles de referencia (6 y 8) y desde aquí se partió hacia donde los informantes se encontrarán, es decir. Además, se estableció una comunicación constante con ellos vía telefónica y personalmente.

Protagonistas principales

Conrado. Tiene 51 años, de los cuales alrededor de 30 son de ser VA. Es un hombre conversador, extrovertido y amable. Cuenta historias mientras atiende a sus clientes y siempre está de un contagiante buen humor. Vive en Alajuelita.

Trabaja como VA desde pequeño, ya que su mamá La Machita, también lo es. Está casado y tiene dos hijos, los cuales son profesionales, uno ingeniero industrial y otro de salud ocupacional. Ambos han ejercido como VA (el último lo hace actualmente), para ayudarse con sus estudios y obtener un dinero extra.

Él se siente bastante complacido con su trabajo, y lo desempeña arduamente día con día. Los productos que vende actualmente son chiles y manzanas.

A Conrado le interesa opinar acerca de la situación de los VA, ya que cree que es necesario que se establezca una solución próxima a la problemática que enfrentan con la Municipalidad de San José.

Doña Esperanza. Tiene 43 años, 20 de ser VA. Tiene 5 hijos, uno de ellos de 19 años quien es igualmente VA y trabaja junto a ella, los demás estudian. Vive en Concepción de Alajuelita.

Ella es cooperadora, le gusta ayudar a los VA cuando tienen algún problema económico, posee mucho conocimiento del grupo de VA y se organiza muy bien con ellos. Inspira un sentimiento maternal.

Actualmente vende chayotes y otras legumbres, y cuando su situación se pone difícil vende películas piratas.

La Machita. Una mujer de 65 años de edad. Vecina de Alajuelita. Desde los 5 años es VA. Ella es sencilla y amable, con un gran sentido del humor. Le gusta hacer bromas mientras conversa y vende su mercadería. Su físico presenta las consecuencias de su trabajo, tiene un color moreno por la constante exposición al sol. El peso de la mercadería que carga le ha encorvado la espalda a lo largo de los años. Desde pequeña es VA por eso posee una idea clara de cómo ha cambiado la zona en la que se trabajó en esta investigación. Posee 8 hijos, uno de ellos es Conrado quien se mantiene siempre cerca de ella vendiendo (a una calle de distancia). Es una de las personas con mayor experiencia como VA.

Camila. De 40 años, más de 25 de ser VA. Tuvo que dejar su casa por violencia doméstica, muchas veces no tuvo donde dormir por lo que San José centro se convirtió en su casa, ya sea en las calles o en moteles de la zona y se dedicó a las ventas ambulantes desde esa edad.

Es jefa de hogar, por lo que muchas veces se ve en la necesidad de realizar trabajos extras para mantener a su familia, como el pegar pisos cerámicos en casas de habitación o de pintura.

En las últimas semanas de febrero del 2011 no logramos visualizarla más en las calles, ya que tuvo que movilizarse a otro lugar por la presencia policial y sus compañeros no supieron darnos noticias de ella.

Lucía. Tiene 20 años. Tiene 3 hijas de 4 y 2 años y otro de 4 meses. Vive en unión libre con otro VA de 21 años, Carlos.

Esta familia posee dificultades económicas. Tienen problemas de residencia, ya que la mayoría del tiempo alquila una casa, actualmente residen en Aserrí.

Carlos. Cuenta con 20 años y es hijo de un vendedor de lotería de San José, su madre falleció en 2005. Dos de sus hermanos son VA como él y se ubican cerca para vender. Es esposo de Lucía y tiene un hijo biológico y dos hijas naturales.

Francisco. Joven de 19 años, hijo de Esperanza, primo de Andrés, Luis y Lucía. Vecino de Concepción de Alajuelita, padre de dos niños, casado, tienen la responsabilidad de mantener a su familia y le ayuda a su mamá en lo que pueda dentro de las ventas ambulantes. Joven dinámico y esforzado en su trabajo. Siempre ha estado relacionado con las ventas ambulantes ya que su madre tiene 20 años de ejercer la actividad, su formación educativa es secundaria incompleta. Ingresó a las ventas ambulantes hace 8 meses porque no encontraba otro tipo de trabajo y como ya su familia estaba dentro del grupo de VA fue una opción temporal (inicialmente), pero su estancia en las calles se ha prolongado por no encontrar otra opción laboral. Se siente orgulloso de lo que realiza porque es una manera digna de ganarse la vida. Los productos que vende son en su mayoría vegetales (chile, culantro, plátano), depende del tipo de demanda de los clientes y de los productos de cada temporada.

Andrés. Tiene 24 años, vecino de San Juan de Dios de Desamparados, tiene 4 hijos de su primer relación, actualmente vive con otra mujer que tiene 2 meses de embarazo, su responsabilidad es por sus 4 hijos, su compañera actual y su hijo(a). Vende legumbres y verduras, todo depende de los productos de la temporada. Ha continuado sus estudios, el año pasado (2010) se graduó de primaria y piensa seguir estudiando, tiene metas en cuanto al estudio ya que desea sacar una carrera técnica o universitaria. Está en las ventas ambulantes desde los 6 años, esto debido a que las condiciones económicas de su familia lo forzaron a tomar la decisión de ayudar, su madre es jefa de hogar y no podía sola con 10 hijos, así que los hermanos mayores tuvieron que sacrificar sus estudios para ayudar a mantener a la familia. Su relación con las ventas ambulantes está desde dos generaciones atrás, sus abuelos fueron VA.

Su función de hermano mayor y proveedor ha sido muy respetada por sus hermanos y, aún hoy día, él los defiende de cualquier agresión que puedan sufrir. Sus hermanos también se dedican a la misma actividad, ocho son VA.

Luis. Posee 21 años, hermano de Andrés, vecino de San Juan de Dios de Desamparados, se responsabilizó de la manutención de una de sus hermanas y del hijo de la misma, esa es su motivación más fuerte de estar en las calles y de ser VA. Su forma de obtener los productos es por medio de compras al mayoreo en las bodegas ubicadas en Calle 8, compra los productos que estén más baratos y le generen más ganancia, los de temporada.

Nunca ingresó a la escuela porque como ya sus hermanos ayudaban a su madre, ella decidió introducir a los demás hijos a las ventas ambulantes a partir de los seis años. Considera este espacio como su casa, ha pasado en esta zona toda su vida. Conoce a muchos VA pero solo se relaciona con sus hermanos y alguno que otro joven de su edad. Desea poder estudiar porque ve en la educación una puerta para salir del ambiente en el que se encuentra.

Noé. Anteriormente laboraba como distribuidor de frijol tierno entre los VA, desde 1995 hasta la fecha de hoy ha estado vinculado a las asociaciones de ventas ambulantes.

Su estilo es relajado, casual. La ropa que usa dibuja una estética diferente a la de los VA de la calle. Una gorra y camiseta de marca deportiva, jeans y tenis, cadena que aparenta ser de oro, gruesa, cejas recortadas acompañan a un joven que habla con propiedad de la historia de su oficio, incluso su palabra está teñida de matices políticos pues habla de su oficio y su relevante papel en las luchas y negociaciones con las autoridades judiciales y municipales para conseguir sus derechos. En sus inicios, vendía frijoles y otros granos para ayudarle a un conocido que distribuía esta clase de productos, pues acababa de casarse y al quedar desempleado, encontró en la calle una manera viable de sustento. Las frutas y las verduras pronto se convirtieron en su oferta. En el 2005, después de algunos años de haberse instalado en el mercado del antiguo Registro Civil, pudo levantar una carnicería para diversificar los servicios, negocio que hasta el día de hoy mantiene.

Emmanuel. Joven nicaragüense de 23 años, actualmente vecino de Escazú, vive con 3 personas, su pareja y dos hijos de ella de una relación anterior, él se encarga de los gastos que requieren las 4 personas anteriormente mencionadas. A los 14 años llegó solo a Costa Rica, su primer empleo fue como jalador de cajas con aguacate dentro del Mercado Central, al año de realizar esta actividad, decidió dejarla e introducirse en las ventas ambulantes, tiene 8 años vendiendo frutas y verduras, en su mayoría lo que vende es plátanos, uvas y manzanas.

Obtiene los productos comprando en las bodegas localizadas en calle 8, por medio de los proveedores que llegan a las mismas a vender sus productos. Su nivel de escolaridad es secundaria incompleta, tiene séptimo año aprobado. Tiene deseos de encontrar una opción diferente de empleo, como operador de grúa ya que tiene el conocimiento, pero no consta con la documentación que le solicitan (documentos de residencia), en los momentos que la venta ambulante está baja se dedica a trabajos de construcción.

Silvia. Joven de 24 años, de nacionalidad nicaragüense, reside en Barrio México. Es VA desde hace 3 años, se dedica a la venta de frutas y verduras entre ellas manzanas uvas y plátanos. Vive con una hermana, pero ella solventa solo los gastos personales, los de sus 2 hermanas y los de su madre en Nicaragua. Anteriormente se dedicaba al cuidado de una señora mayor (80 años) por lo cual le pagaban 60 mil colones por mes pero no le alcanzaba, por lo cual una amiga le recomendó las ventas ambulantes y optó por estas.

Considera que el trabajo como VA es muy pesado, que tienen riesgos pero por su condición económica y al ser extranjera se le dificulta encontrar una opción que le brinde una mayor comodidad tanto laboral como económica. Llegó hasta noveno año de secundaria pero tuvo que abandonar el estudio por razones de falta de dinero en el hogar.³

Además de los informantes anteriormente descritos, en el Capítulo 3 dedicado al estudio de las relaciones sociales que establecen los VA con otras personas en el espacio de la calle 6 y 8, se tomaron en cuenta policías municipales, vendedores formales, vendedores de kioscos, clientes de los VA y transeúntes que pasan por tales calles. Estos conformaron un grupo de 15 informantes, distribuidos de la siguiente forma:

Cuadro # 3. Informantes según grupo etáreo. Capítulo relaciones sociales

Grupo etáreo	Policías Municipales			Vendedores Formales			Vendedores Kioscos			Clientes			Transeúntes			TOTAL
Joven ⁴	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	9
Adulto(a)						■		■	■		■	■				4
Adulto(a) Mayor													■		■	2
TOTAL	3			3			3			3			3			15

Fuente: Elaboración propia

³ Algunos de los protagonistas colaboraron en varios capítulos de este trabajo. En total hubo 24 informantes.

⁴ Se considera, joven de 18 a 35 años, adulto(a) de 35 a 65 años, y adulto(a) mayor de 65 años en adelante.

Breve reseña de la provincia de San José

Durante el año 1736 para facilitar el tránsito entre las poblaciones de San Bartolomé de Barba y Aserrí o Curridabat, se dispuso fundar una nueva población que sirviera a los viajeros para descansar y abastecerse. La planicie entonces conocida como la Boca del Monte situada entre los ríos que hoy conocemos como Torres y María Aguilar, fue la elegida.

Para 1823 y con el triunfo de los grupos republicanos en la batalla de Ochomogo, la ciudad de San José llegó a ostentar el título de capital. Teniendo como parte de su composición los distritos Carmen, Merced, Hospital y Catedral.

San José se constituye como el núcleo central del país y la primera mención de ésta provincia se hace en el decreto N°167 de la Constitución de 1848 (Barrantes, 1964).

Los límites de la ciudad de San José no corresponden a conceptos geográficos; de ahí quizá el término de “Área Metropolitana” con el que se busca agrupar en una unidad las áreas de características semejantes, que se encuentran influidas por la urbe. (Barrantes, 1964).

Uno de los distritos de la provincia corresponde a Merced cuya superficie es de 2.29 Km². Es el Distrito Segundo del cantón y uno de los cuatro distritos centrales que forman el casco original de la ciudad, el cual ha venido experimentando un sostenido proceso de despoblamiento. Se ubica en el décimo posición en extensión, la octava en población y en densidad.

En su territorio se albergan importantes edificaciones tales como el Edificio del Correo, el Museo de los Niños y Niñas (antigua Penitenciaría), Antigua Botica Solera, Sede Central del Banco Nacional de Costa Rica, Banco Central de Costa Rica, zona de mercados con el Mercado Central, Mercado Borbón, Mercado de Carnes (Municipalidad de San José).

La transformación del distrito se enmarcó en avances constructivos, la transformación de los edificios y el uso de nuevos materiales para satisfacer las necesidades generadas por el incipiente comercio, con la instauración de los mercados como centros de comercio (Álvarez y Gómez, 2000).

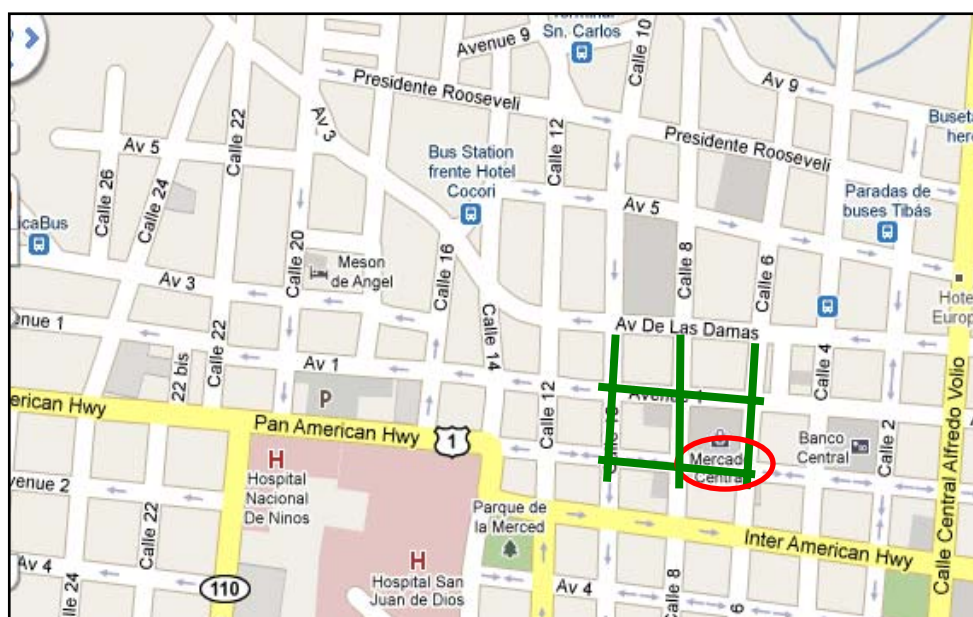
Generalidades geográficas de la zona

La zona de estudio se ubica en el Distrito Merced, el cual incluye los barrios de Bajos de la Unión, Claret, Coca Cola, Iglesia Flores, Las Luisas, Mántica, Paso de la Vaca, Pitahaya y Rincón de Cubillos. Por su ubicación dentro del Casco Urbano Central de San José, la principal actividad que se desarrolla en este sector de 13.676 habitantes, es el

comercio. Existen tiendas de vestimenta, calzado, restaurantes, de abarrotes, artículos para el hogar, aparatos electrónicos, además de dos hospitales en donde gran parte de la población del Valle Central recurre diariamente para citas, revisiones médicas, urgencias, visitas, y demás procedimientos que se realizan en el Hospital San Juan de Dios y el Hospital de Niños.

El siguiente mapa nos muestra los de puntos referencia de la zona de estudio, que comprende las calles 6 y 8 y las avenidas 0, 1 y 3.

Mapa #2. Distrito La Merced, Casco Urbano Central de San José. Setiembre 2010.



Fuente: Elaborado con base en Google Maps , 2010.

En este mapa podemos observar la zona de San José, donde se evidencian las calles y avenidas que la componen, entre ellas las que nos conciernen, coloreadas de verde, además de sitios como el Banco Central, el Parque de la Merced, el Hospital San Juan de Dios, y distintas paradas de buses como las Busetas Rápidas Heredianas, las de Tibás, entre otras que no están plasmadas en el mapa. Todos estos lugares se encuentran en las cercanías de los puestos de los VA, así como del Mercado Central, coloreado con un círculo rojo, ya que es un punto de importancia, por su afluencia y popularidad⁵, además se aprovecha la clientela

⁵ El Mercado Central es un ícono de la cultura popular costarricense. Sodas, puestos de hierbas, talabarterías, tiendas de mascotas, frutas, verduras, granos, pescaderías, carnicerías, surtidoras de condimentos, bazares, figurines de yeso y enceres de cocina hechos de loza, llenan los pasillos del mercado.

del Mercado, de otras tiendas cercanas, y de gente que recurre a lugares como los que se observan en el mapa.

Gran parte de la población de VA, no sólo de frutas y verduras, sino también de otros productos como las películas “piratas”, artículos usados, artículos de belleza, accesorios para el celular, diferentes tipos de ornamentos, bisutería, entre otros, se ubica en los alrededores del Mercado Central.

Al ser una zona mayormente comercial, se hace necesario detallar el tipo de establecimientos que allí funcionan para entender mejor las relaciones que se dan en el lugar. Existe un total de 143 negocios, de los cuales 50 son tiendas de ropa, 19 almacenes de artículos varios, entre ellos utensilios plásticos, electrodomésticos, enceres para fiestas, etc; 11 zapaterías, 11 carnicerías, siete cafés (tostadoras), seis joyerías, cinco pescaderías, cuatro ferreterías, tres locales vacíos; sodas, ventas de pollo, casas de empeño, panaderías, tramos de verduras y frutas, hoteles, verdulerías, farmacias y parqueos dos de cada uno; bares, bodegas, locales destinados para oficios de administración municipal, unidad comercial en construcción, ventas de películas, veterinarias, bazares, taquerías y macrobióticas uno de cada uno.

Cuadro # 4. Nombre y tipo de comercios. Calle 6 y 8, Casco Urbano Central de San José. Setiembre 2010.

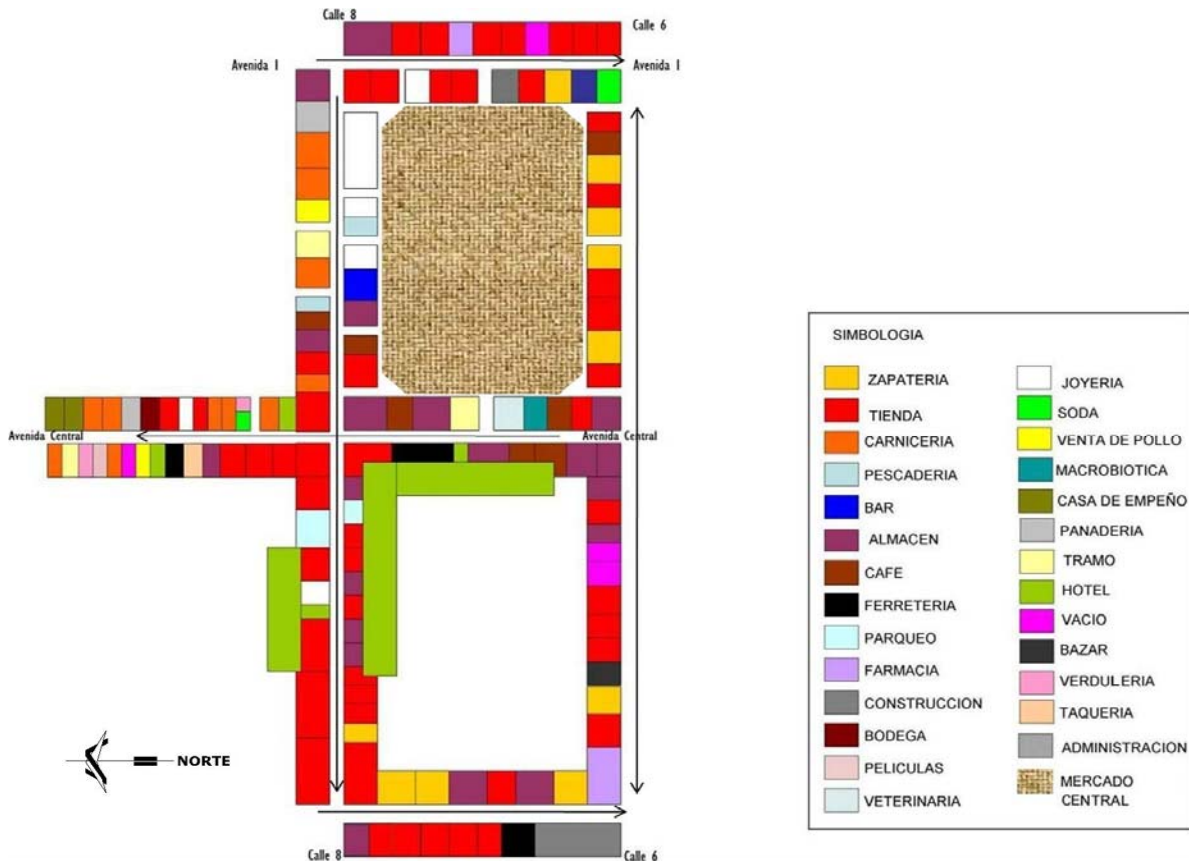
Tipo de comercio	Nombre	No de locales
Administración	Administración Municipal	1
Almacén	La Alondra, Los Andes, Almacén Yuri, Almacenes San Gil, Almacén Mauro, El Dólar, Boutique Cristine, Almacén Titán, Almacén El Tesoro, Almacén Koopers, Cielo Clai S.A , 2 Híper Diego, La Favorita, Mundo Cosmético, Electrodomésticos Lorel S.A, Almacén Oriente, además de 3 sin nombre	20
Bar	Bar El Gran Vicio	1
Bazar	Bazar San José	1
Bodega	Sin nombre	1
Ventas de granos de Café	La Proveedora, El Tostador (dos con este nombre), Café Trébol, Café Volio, La procesadora, Bolsa Tica	7
Casa de empeño	Presta Me, una sin nombre	2

Carnicería	La Flori, La Fama, La Perla Hermosa, Carnes y Quesos del Norte, Distribuidora de Carne Valerio, Carnes Tío Noé, La Promesa de Bendición, Distribuidora de Carne Santa Elena, Frés, Centro de Carnes	10
Construcción	Sin nombre	1
Farmacia	Farmacia Sucre	2
Ferretería	La moneda, Ergo S.A, Reyco	3
Hotel	Hotel Gran Imperial, Hotel Rialto, Hotel Moderno, Hotel Valencia	4
Joyería	Joyería Lomy, Joyería José Luis Cavallini, Joyería Sanabria, Relojería El Buen Tiempo, Joyería Romer	5
Macrobiótica	Ebenezer	1
Panadería	Pan y Repostería El Caballito, Pan Clarita	2
Parqueo	Sin nombre	2
Películas	Sin nombre	1
Pescadería	La Corvina, El Dorado, El Bagre	3
Soda	Ticolo, Soda Aurora y una sin nombre	3
Taquería	Taquería la Mexicana	1
Tienda	El Alba, La Popular, Don Piñon, Tienda Minimoda, El Líder, Almacenes Bope, La Salvadoreña, Mr. Rasta, Tienda Chiquitines, La Francesa, Trash, Carvia, Importadora Elizabeth, Ropa Intima Letty, Distribuidora Natalia, Tienda La Luz, Tienda London, San Gil, Nova Tek, Tienda California, San Gil, Ropa Dos Mil, Ropa Mayorista, Ropa Multimoda, Pirámide, La Reina, El Parque Mayoreo, Ropa Elizabeth, Zapatto, La Vieresa, Ropa Jiménez (dos con este nombre), Kilogangas, Tentación, Distribuidora América, Distribuidora Jokavy, Distribuidora Barclay`s, Ropa Rinconcito Buen Precio, Soxlandia, Shaba, Tienda Tritón, Ropa San Andrés, Distribuidora Jiré, Importadora Yad,	51

	Distribuidora Danny, Distribuidora La Fan, Distribuidora Titán, Importadora Katie Los Ángeles (2 de ellas sin nombre)	
Tramo	Tramo la Catalina #2, Príncipe, Tibaseño	3
Vacio	Sin nombre	4
Venta de pollo	La Flor, La Pollera	2
Veterinaria	Bevak	1
Verdulería	Verdulería Aurora	1
Zapatería	Puerta del Sol, Tienda Ester, La Corona, La Joya, Comercial La Linda, ECCO, Pirámide, Malásquez Lerastegui, Distribuidora Izaac, El parque	10
Total general		145

Fuente: Elaboración propia

Croquis # 3. Distribución de los establecimientos comerciales por tipo de servicio ofrecido. Calles 6 y 8, Casco Urbano Central de San José. Noviembre 2010.



Fuente: Elaboración propia

Olores, colores y sonidos

Retoques, añadidos y arreglos son visibles en las fachadas; algunas fueron anteriormente demolidas y hoy son edificios en deterioro. De diferentes colores o sin color las estructuras son las que enmarcan las calles.

Tales edificaciones, están cargadas de rótulos, la mayoría promocionando alguna cerveza o cigarro, incitando a los caminantes a detenerse por alguno de estos productos. Los empleados de los establecimientos formales, ubicados en el marco de las puertas de ingreso a los negocios, invitan a las personas a pasar y comprar. Las vitrinas se encuentran saturadas

de mercadería, ropa, joyería, zapatos, electrodomésticos, enceres de plástico para la cocina se sobrepone en los anaqueles y ventanas.

Así como en un autobús viajan diariamente gran cantidad de pasajeros que se dirigen a diferentes destinos, utilizando un mismo trayecto, es con lo que se puede comparar la gran afluencia de transeúntes dentro de la zona de estudio, ya que éstos se movilizan por la misma para realizar diferentes actividades. El que las personas se dirijan hacia paradas de autobús, hospitales, trabajos, museos, teatros, entre otros, es aprovechado por los VA; por esa razón estas calles se convierten en un atractivo y estratégico lugar para las ventas, por el hecho de que todas las personas que transitan por esta ruta son considerados por ellos mismos clientes potenciales.

De la misma forma en que un usuario de transporte público mira a los demás pasajeros, desde su espacio en el autobús, y percibe que entre ellos existe una amplia variedad en las edades, ocurre cuando se observa a los transeúntes de las calles josefinas. Por ellas transitan hombres y mujeres de todas las edades, desde niños hasta adultos mayores, quienes se dirigen a sus trabajos, a hacer mandados, entre otras actividades. Tales personas dan vida y movimiento a la calle, al bulevar y las aceras de esta zona.

Estos transeúntes manejan una ruta diaria y en ocasiones se convierten en clientes de los VA, ya que los llegan a conocer y se acostumbran a encontrarlos en los mismos lugares, lo que genera que aprovechen a realizar algunas compras de los productos que estos ofrecen. El contacto entre ambas poblaciones (transeúntes-VA) semeja la relación entre un pasajero con el chofer del autobús, al que mira todos los días, o con otro usuario con el cual ya se acostumbró a compartir el asiento, debido a que mínimo se observan dos veces por día, en su paso hacia su destino o de regreso.

Cuando se viaja por carretera a horas pico (de 6 a.m. a 8 a.m. y 5 p.m. a 7 p.m.), donde se pueden contabilizar una gran cantidad de vehículos, entre automóviles, camiones, autobuses, taxis, etc.; que colapsan su capacidad y generan un ambiente denso, asimismo sucede en este espacio. Es una zona por la cual pasan autobuses, carros de carga, carritos con mercadería empujados por trabajadores, automóviles y personas. Estos en general, crean un ambiente cargado de sonidos fuertes, humo, basura, tensión, con lo cual se da la apariencia de que el espacio cada vez se hace más estrecho por tantas actividades que se producen en el mismo, generando muchas sensaciones y emociones.

Después de permanecer más tiempo en este espacio se observan camiones de carga y mercadería que pasan incesantes, mayormente de 6 a.m. a 1p.m., hacia los mismos comercios que se ubican en las calles, pasando entre los VA y los transeúntes. Estos camiones vienen de bodegas que se localizan en diferentes puntos del Valle Central, proveen de productos a los comercios y a los mismos VA. Dos o tres empleados descargan la mercadería, la que transportan en carretones de madera o cajas plásticas con ruedas, los más equipados tienen perras⁶ que hacen más fácil el transporte.

La cantidad de objetos y olores presentes en la zona es muy variada. Entre los productos que circulan se observan artesanías, carne de cerdo, pollo y res, estos últimos son fáciles de distinguir porque los animales se descargan sin destazar, lo que provoca que se empiece a percibir un olor ferroso, mientras la sangre salpica las gabachas blancas de los trabajadores que llevan en sus hombros la carne a los establecimientos de los mercados Central y Borbón. Las hojas de plátano se exhiben en las entradas aunque no sea diciembre ni época de envolver tamales. Esas hojas mezcladas con los condimentos que se venden dentro del mercado (curry, comino, ajo), las pescaderías, las tiendas de animales, los tostadores con sus máquinas moliendo café ininterrumpidamente, dan como resultado un perfume en especial: “*huele a mercado*” y ese olor es inconfundible para cualquiera que pase por ahí. El olor es agradable, apacigua la nube de humo de los carros y el olor a orines de las esquinas, letrinas comunes para las personas en situación de calle que pasan sus días en esos sitios.

Existen comercios dedicados a la molienda de café como El Tostador, donde el olor del café conquista a más de un transeúnte, para comprar el grano o a darse un antojo de todo tipo de semillas, frutos secos, galletas y bebidas.

Tanto artículo de distinta naturaleza, gente y actividades diversas, contribuyen a producir otros perfumes; tan variados como cuando se viaja en un bus y llega un olor a pollo o a pizza, diferentes fragancias dulces y ácidas, el olor de los billetes o monedas que se da como vuelto del pago del pasaje, un olor proveniente de alguna persona que ha permanecido varias horas bajo el sol; o cuando se abren las ventanas y se introducen los olores de afuera como el humo de los carros, o el paso de camiones recolectores de basura. En estas calles se perciben olores, a veces a chile dulce, ajos, culantro, limón, pinolillo y apio; unos se encuentran en la calles y otros vienen del interior del mercado.

Colores se mezclan con olores. Mucho gris de los edificios nos recuerda que estamos en el centro de San José. Verdes y rojos lavados dan signo de pinturas que no se retocan hace

⁶ Carretones de metal con ruedas para transportar de manera más sencilla la mercadería.

años. Ventanas que acumulan cualquier tipo de objetos, que asemejan cajas de témperas revueltas, no se distingue a la ligera qué es qué. Los vegetales que ofrecen los VA expuestos en cajas a lo largo de las aceras parecen ser la jardinería del barrio, ramos de culantro y apio decoran los escaños, el blanco de los ajos, las pelotitas verdes que forman pirámides de limón, tomates colocados en casi esculturas le dan colorido al asfalto gris teñido ya de humo y suciedad.

Fotografía #1. Edificios de los alrededores de calle 6



Fuente: Nancy Solís, febrero 2011

Bocinas de camiones, autobuses y vehículos llenan las calles y se acumulan en los semáforos. En las aceras, risas de los vendedores y dependientes, pregones y ofertas, además de las voces que conversan mientras pasan las horas. Mujeres, niños, jóvenes y hombres hablan al tiempo que ofrecen chiles, limones, culantro y plátanos maduros.

“¿Que andaba buscando, mi amor?”, “¿Qué le vendo?”, “¿Tita qué busca?”, “¡Venga padre y lleve solo calidad!”.

Entre piropos y frases, muchos de los vendedores tratan de llamar la atención de los transeúntes para convertirlos en su próxima venta. Algunas veces funciona, otras no.

Estos forman parte de los sonidos del centro de la capital, los vendedores ya sean ambulantes, de kioscos o hasta los de comercios formales en las puertas de los establecimientos, invitan a pasar a los caminantes que se asoman por las vitrinas.

Gritos entre conductores o peatones, buses cuyos motores suenan hasta más no poder por su ínfima calidad y alta antigüedad, camiones repartidores saturando las vías y con sus motores encendidos, esperando descargar.

Piropos, algunos que levantan más de una sonrisa por su perspicacia y sátira, pleitos, silbidos haciendo dúos con la radio, otros a capela; todo esto reproducido a la vez, donde para cualquier espectador, se le es difícil distinguir los unos de otros.

Las mercancías que ofrecen los VA de estas calles en su mayoría son frutas o verduras: culantro, cebolla, plátanos, tomates, aguacates, limones, mandarinas, naranjas, manzanas, chiles, chayotes, pejibayes, coliflor y dependen de la época.

Algunos prefieren mantenerse vendiendo las mismas frutas y verduras, esto para que los clientes se habitúen y recurran a comprarles y así mantengan una misma línea de productos, para que los consumidores sepan dónde encontrarlos usualmente. Además esto les permite diversificar la zona, ya que cada quien se encarga de lo que le corresponde y así mantienen la exclusividad.

Los VA tienen un puesto semi-fijo en las aceras, esto porque se adaptan a un espacio determinado, el cual lo conciben como su lugar de trabajo y desde allí mantienen sus principales redes, pero por el caso de los decomisos tienen que mantenerse en constante movimiento.

La ubicación específica de los VA en estas calles y aceras, puede darse en dos puntos, en la línea entre la acera y el caño quedando ellos sobre la calle, o colocando sus mercaderías recostadas a las paredes de los locales comerciales. Esto les permite a más vendedores estar dentro de la acera y generar un espacio libre para los transeúntes (debido a que las aceras no son amplias), a la vez que se exhibe de una manera más cómoda los productos y se evitan enfrentamientos entre los mismos vendedores.

Cabe destacar que dentro de los mismos VA, existe una característica que los define como actores del lugar, que es la experiencia que han adquirido a lo largo de los años en las ventas en el centro de San José.

Los VA se diferencian entre los que tienen más y menos experiencia. Por ejemplo, unos pueden tener más de 15 años vendiendo en las calles, algunos han sido parte del comercio popular desde que estaban en el vientre de sus madres, y otros por distintas circunstancias cuentan con pocos meses de experiencia dentro de la actividad.

Los VA distinguen esto como vendedor viejo y vendedor nuevo. Así como la Policía Municipal, los proveedores y los demás vendedores formales, que al igual, poseen conocimiento de la situación.

Al existir esta diferenciación entre los VA las interacciones dependen de las horas que comparten en el espacio de trabajo y que están mediadas por la empatía que desarrollen el uno por el otro.

Historia. De la calle al mercado, del mercado a la calle y en la calle la infracción

En el momento en que se empezó a gestar este capítulo de contextualización, se tenía la iniciativa de armar una breve historia de las calles donde se encuentran los VA, basándonos en documentación histórica, bibliografía y relatos sobre los cambios de la zona. Al iniciar la búsqueda de esos datos, se empezaron a notar vacíos de información que obstaculizaron el cumplimiento de ese objetivo. Se recurrió a instituciones como la Municipalidad de San José, donde no se obtuvo acceso al Plan Regulador Urbano actualizado y no existe un registro de los cambios estéticos y sociales que ha generado la implementación de políticas estructurales como la creación del bulevar Unión Europea y el proyecto San José Posible.

Se visitó la biblioteca del Museo Nacional, donde solamente se encontraron registros muy antiguos de los cambios que ha sufrido San José, ilustrados con fotografías o relatos que no cubrían la temporalidad que interesa para efectos de esta investigación y que no hacían mención a las calles donde se desarrolló la misma.

Otras referencias nos señalaron vacíos de este tipo de información en entes como el Ministerio de Cultura, el que – al igual que las otras fuentes de datos – mediante bibliografía y recursos visuales, ofrecen mayormente datos de corte turístico del casco urbano de la capital.

Las únicas seis fuentes valiosas que encontramos fueron las siguientes. El trabajo de Carmen Meoño y Vernor Muñoz (1992), sobre los chinameros josefinos, el cual aborda sus estrategias de adaptación e incluye una caracterización cuantitativa de los mismos.

En 1992, Virginia Jiménez y José Luis Coraggio, proponen una discusión alrededor de algunos sectores de la economía llamada por ellos informal de San José, caracterizándolos mediante criterios sociales.

Un acercamiento valioso al tema de los VA es la tesis para optar por el título de licenciatura en Antropología Social, de la Universidad de Costa Rica, de Roxana Gómez (1991). Gómez hace una interpretación de las vivencias y particularidades de los VA, pero sin debatir acerca de los conceptos establecidos para su denominación.

El trabajo **“Imaginarios urbanos, medios de comunicación y experiencias de ciudad”** de M. del Carmen Araya (2006), se dedica al estudio del conflicto de los VA, preocupándose también por la creación de imaginarios alrededor de este sector de la economía.

En relación con el tema de la exclusión se realizó el Trabajo Final de Graduación, **“Los Medios de Difusión ante los Hechos Inéditos: Los Desórdenes Civiles provocados por los Vendedores Ambulantes en la Avenida Segunda”**, (Acón Matamoros, Jeannette; Ardón Rodríguez, Evelyn; Mora Moreira, María Gabriela, 1993). La investigación se enfocó en conocer el modo de percepción y de interpretación de los hechos noticiosos del habitante del Área Metropolitana.

Se analizaron los mensajes difundidos por los noticieros de Canal 7 y Canal 4, además de las noticias de los periódicos de La Nación y La Extra. Seguidamente se compararon estas noticias con la percepción de los ciudadanos por medio de un cuestionario.

De esta manera se estudió el “tratamiento periodístico”, se compararon las visiones de los medios con los de los habitantes, y finalmente se analizó la credibilidad de los habitantes respecto de las noticias difundidas.

Se tiene además, la investigación inédita llamada **“Pulseadores de la calle... y de la vida. Las ventas ambulantes como tradición cultural y su aporte al desarrollo de la humanidad”** (Araya, 2010).

Este libro se organiza en tres ámbitos de estudio:

- La historia del comercio ambulante en Europa y América Latina.
- Los imaginarios principales y los tipos de exclusión alrededor del comercio ambulante, en América Latina del siglo XX y XXI.

- Historia del comercio en las calles en Costa Rica entre los años 1737 al 2010. (Araya, 2010: 5).

Ante este escenario, se tomó la decisión de armar algunos elementos históricos que permitieran ver los procesos de transformación de las calles, desde la óptica de los protagonistas de la investigación, dándole prioridad a relatos de los mismos VA. Para alcanzar este cometido se acudió a los VA con mayor experiencia en las ventas ambulantes, quienes brindaron datos, acontecimientos y percepciones acerca de los cambios que ha sufrido tanto el espacio físico como la operación de las ventas en sí. La información se complementa con fuentes provenientes de los trabajos antes señalados, de documentos oficiales de la Municipalidad de San José, de la Unidad de Administración de la Municipalidad de San José, de funcionarios del gobierno local entrevistados y de periódicos.

Muy importante fue la cronología dada por Noé sobre la transformación de las condiciones de las ventas ambulantes. A pesar de que él ya no es VA de calles 6 y 8, está vinculado de lleno con el mercado del Antiguo Registro, donde están ubicados vendedores también fueron VA de la zona de estudio. El contraste aportado por el relato de Noé se evidencia a la hora de retratar el momento en que acontece la división de intereses entre los mismos VA, en cuanto a la ubicación y al rumbo que toma la actividad.

El relato empieza a finales de los años setenta, donde las condiciones para trabajar como VA eran complicadas. La Guardia Civil arrestaba a toda persona que encontrara ejerciendo la venta ambulante. Los VA iban detenidos a la llamada “caseto cero”, que era la celda ubicada en aquel momento por el Mercado de la Coca Cola, donde detenían a las personas que cometían algún tipo de delito en los alrededores de San José.

Para los años ochenta aparecen los sindicatos, el primero fue el SINVAC (Sindicato de Vendedores Ambulantes Costarricenses), encargado de obtener permisos estacionarios para los VA de sus afiliados. Los VA que no tuvieran estos permisos, tuvieron que vender de 11 am. a 1 pm., tiempo que correspondía a las horas de almuerzo de la Guardia Civil. Posteriormente vendieron de 5 pm. a 7 pm, ya que a esa hora no había nadie que regulara o prohibiera las ventas. En las horas que si había vigilancia algunos grupo de VA pasaban el rato en los cines josefinos (los más jóvenes sobre todo), de donde sus padres iban a sacarlos por *irresponsables y vagos*, ya que esta actividad era vista como de gente sin oficio, más si se asistía en horas laborales. Esa época, según los propios VA, fue muy buena para trabajar pues no existía competencia. Los productos vegetales sólo se conseguían en los mercados y

verdulerías pequeñas. Era más la cantidad de gente que veía factible comprar los productos que ofrecían los VA en la calle mientras transitaba.

Paralelo a esa dinámica de la calle, la Municipalidad de San José crea en 1981 un marco legal a fin de definir y delimitar las actividades consideradas *informales*. La Ley 6587 nace el 24 de agosto de 1981 y se crea el reglamento de ventas Ambulantes y Estacionarias (anexo No 2) el cual es considerado por autoridades policiales y municipales ideal para controlar la creciente población de VA (Control de la Normativa Municipal. Documento Oficial de la Municipalidad de San José, 1981).

En la década de los noventa, Noé ya era VA. Entre frijoles y verduras se ganaba el sustento después de quedar desempleado y recién casado. Desde que se inició en el oficio estuvo muy vinculado con las organizaciones de VA. Él pasó a formar parte del Sindicato de Comercio Informal en la década de los noventa.

Estableciendo los límites de la calle

Las llamadas *zonas de tregua* existieron durante los años noventa, estas fueron espacios donde los VA ambulantes podían ofrecer sus productos sin temor a ser reprendidos. Fueron establecidas mediante acuerdos firmados por autoridades municipales y representantes de las organizaciones de VA.

La negociación de las zonas de tregua, se dieron por la aprobación de diez de los trece regidores de la Municipalidad, quienes eran parte de una comisión especial que se encargó de analizar la apertura del Mercado del Paso de la Vaca, del cual se hablará más adelante (Periódico La Nación, 2000).

“Ahí al menos uno podía vender sin que lo jodieran, los policías si respetaban las zonas de tregua y uno sacaba el día tuanis. Era duro pero por lo menos uno tenía un poco más de seguridad de no salir corriendo a ver donde se metía” (Conrado, febrero 2011).

El 02 de octubre de 1995 se firma el acuerdo para una zona de tregua en la zona sur de la capital: de la Avenida 2 hasta la Avenida 10, calles 10 hasta calle 14. Firmaron Asociación Costarricense de Vendedores Ambulantes (ACOVA) y Asociación Costarricense de Vendedores (ASCROVEN) organizaciones representantes de los VA. Antes esos espacios eran conocidos como zonas de tolerancia. El 27 de julio de 1996 en la Avenida 1 se hizo otro acuerdo de zona de tregua en la calle 10 a la 16. Firmaron: AICA, RECOBA, CICOCOIN y

ASOBEN. En el 2000 se crea la zona de tregua de la Avenida 1 a la 10. Sobre estos acuerdos hay actas firmadas, que se encuentran archivadas en la Oficina Administrativa de la Municipalidad de San José (Entrevista a Roberto Campos, abril 2011).

A pesar de la instauración de esos espacios de tregua, las manifestaciones por parte de los VA no disminuyeron. Pero ante el irrespeto de las autoridades municipales hacia el acuerdo, se suscitó una manifestación de VA donde se mezcló gente que no tenía nada que ver con la protesta, dando como resultado saqueo de establecimientos y quiebra de vidrios de varios establecimientos comerciales como la extinta tienda “La Mil Colores”. Este acontecimiento se intentó controlar por medio de la Guardia Civil.

Durante los cinco años que duraron las zonas de tregua se contabilizaban unos 160 VA mediante los censos hechos por la Municipalidad y los mismos registros de Noé, quien conoce por experiencia propia, la transformación que ha sufrido la dinámica de las ventas ambulantes. Mientras los VA seguían en las calles, se realizaban dos cobros semanales, uno por el espacio que utilizaban para vender y el otro para la recolección de la basura. La cuota era de mil colones por cada uno. Este dinero lo administraba la Asociación de Vendedores Ambulantes. Además de esto, se hacían rifas semanales para poder pagar un local que se alquiló para ser utilizado como oficina y centro de operaciones (en el Hotel La Valencia). Algunos de los VA con más experiencia, como Conrado y La Machita, insisten en que la Asociación nunca veló por los intereses reales de los mismos, al contrario insinúan con tono acusativo que ese dinero que se recolectaba no era usado en mejoras para la actividad de la venta ambulante.

“Diay, yo no sé, era mucha plata para que al final no se hiciera nada. Ahora tienen hasta negocios y están mejor que cualquiera de nosotros” (La Machita, febrero 2001).

Estas asociaciones se fusionaron con el tiempo, y son las que tienen a cargo la mayoría de los asuntos relacionados con la administración del Mercado del Antiguo Registro, con una logística de operación autogestionada, donde las autoridades municipales se limitan a dar lineamientos para su funcionamiento.

El mercado

Luego de la implementación de las zonas de tregua, se realizó un traslado de VA al mercado llamado el Paso de la Vaca en 1998, un espacio que nació de la iniciativa municipal con el fin de sacar a los VA de la calle. El plan era proveer de todas las condiciones para lograr un buen punto de ventas, donde existiera gran afluencia de usuarios, además, se prometió el traslado de paradas de autobús y de taxis; no obstante, el plan no funcionó. Dicho mercado estaba ubicado en una de las zonas más conflictivas de la capital, dado los altos índices de criminalidad que presenta, y los mismos VA se quejaban de que la afluencia de clientes era escasa. Al momento del traslado de los VA al Paso de la Vaca, se contabilizaron alrededor de 140 VA. Con el paso del tiempo, muchos de los VA ubicados allí dejaron su espacio para dedicarse a la construcción o limpieza de casas, pues la baja en las ventas no les permitían llevar un ingreso fijo a sus casas. Tras el fracaso del mercado, los VA volvieron a las calles en los alrededores de los mercados Central y Borbón, pero con una particularidad: a ser un promedio de 145 VA en las *zonas de tregua* (Noé, marzo 2011). Roberto Campos, jefe de la Unidad de Administración de Mercados de la Municipalidad de San José, reconoce que el fracaso del proyecto, se debió en gran medida a la falta de planificación del mercado.

“Imagínense...risas... que esto (saca un folleto empastado con resortes) es el estudio de factibilidad del Paso de la Vaca... risas... y se hizo tres años después de que lo cerraron” (Roberto Campos, febrero 2011).

Ante la presencia de VA, la Municipalidad decide implementar ferias para descongestionar las calles. Este nuevo plan consistía en reacomodar a los VA en puntos específicos de San José tres días a la semana. Los días jueves en la plaza de San Sebastián detrás del salón comunal, los sábados en Paso Ancho y los domingos en la plazoleta de la Uruca. Conrado asegura que debido a la ubicación de estas ferias las ventas bajaron considerablemente, la presencia de VA disminuyó día con día hasta llegar a solo veinticuatro VA. Ante esta situación, se idean posibles soluciones a la inestabilidad de la venta ambulante. Una de ellas fue El Antiguo Registro.

Versiones encontradas: El Antiguo Registro

La Municipalidad decide en el 2004 acabar con las zonas de tregua. Esta decisión generó molestia en todos los VA que en ese momento no tenían un norte para resolver su situación.

Para el 3 de enero del 2005 en horas de la madrugada se desaloja a los VA. Representantes de SITECO (Sindicato de la Fuerza Pública), buscan una reunión con Rogelio Ramos, Johnny Araya y la Viceministra de la República para lograr llegar a un acuerdo. En esa reunión, las autoridades municipales proponen la creación de un mercado periférico, iniciativa que los VA rechazan enérgicamente pues la falta de recursos hacía esa opción inviable para ellos. (Noé, marzo 2011).

El 5 de enero del 2005 se da otro desalojo significativo. Los VA presentan un recurso de apelación pues las Zonas de Tregua todavía estaban vigentes. Para ese momento existían alrededor de 468 VA. Todas las organizaciones se unen en un solo *gremio* (Noé, marzo 2011), y se dan manifestaciones pacíficas, que por los ánimos caldeados de VA y policías terminaron en enfrentamientos y agresiones en las instalaciones del Consejo Municipal.

“La Municipalidad no tenía voluntad política para resolver la situación en la que ellos se encontraban” (Noé, marzo 2011).

Los VA se unen para buscar una solución a todos los problemas del grupo de VA, buscando parqueos o lotes baldíos para que se les alquilaran.

“Lo malo que pasó con los VA es que ellos mismos nunca pensaron en que todo iba a llegar a ese nivel” (Noé, marzo 2011).

Ese mismo día, ante la ausencia de un acuerdo, un miembro de las organizaciones de VA, propone la utilización de las instalaciones del antiguo Registro Civil para instalar a los VA. Se iniciaron las negociaciones con las autoridades para definir la viabilidad de la propuesta, poniendo como prioridad un espacio para los VA adultos mayores. El 6 de enero del 2005, un juego de estira y encoje se desata por las instalaciones del antiguo registro, pues el edificio era propiedad del Poder Judicial y no de la Municipalidad, lo que ponía una traba para poder traspasarlo a beneficio de los VA. Mientras ese trámite se realizaba, se propuso la creación de cuatro ferias en distintos puntos de la capital, pidiendo como requisito que los VA que quisieran formar parte del mercado del Registro, debían participar necesariamente en las ferias. (Noé, marzo 2011).

En el período de funcionamiento de las ferias, el número de VA se redujo de 468 a 25, pues la rentabilidad no fue buena. Para ese entonces, Rafael Arias, asistente del alcalde Johnny Araya en el 2005, les comunica a los VA que la Municipalidad no puede hacerse cargo de los arreglos necesarios para poder entregar el edificio del antiguo Registro. Ante la situación se decide recoger una cuota de 20000 por VA (entre los que tenían mayores posibilidades económicas) para pintar y hacer arreglos generales al edificio. El 26 de setiembre del 2005 se inaugura el mercado con 108 VA, quienes se eligieron de acuerdo a la participación que tuvieron en las ferias, hecho que consta en un documento debidamente redactado y firmado (Campos, abril 2011). Así las personas que están en el edificio, son VA censados por la Municipalidad, participaron en las zonas de tregua y en las ferias. (Noé, marzo 2011).

El edificio ha sufrido transformaciones. Los locales se han diversificado pues según Noé la Municipalidad sugirió un cambio de línea en los comercios para ampliar la oferta de productos. Hay sodas, pescaderías, carnicerías (como la del mismo Noé), puestos de hierbas medicinales, artículos para fiesta, entre otros. La instauración de algunos de estos locales se dio mediante rifas para ofrecer locales dentro del mercado. Como no todos lograron un lugar en este mercado, las asociaciones buscaron parqueos para alquilar y a los adultos mayores se les entregó patentes ambulantes, esto como un medio de mejorar la condición de todos los VA.

La Machita y Conrado tienen una versión contrastante de la creación de este mercado. Ambos dicen que quedaron fuera del proyecto pues los espacios se destinaron a VA o personas particulares que mantenían alguna relación con Noé. Aseguran que él no respetó la distribución original del espacio que se había aprobado para ese mercado, trayéndose abajo las iniciales intenciones del proyecto.

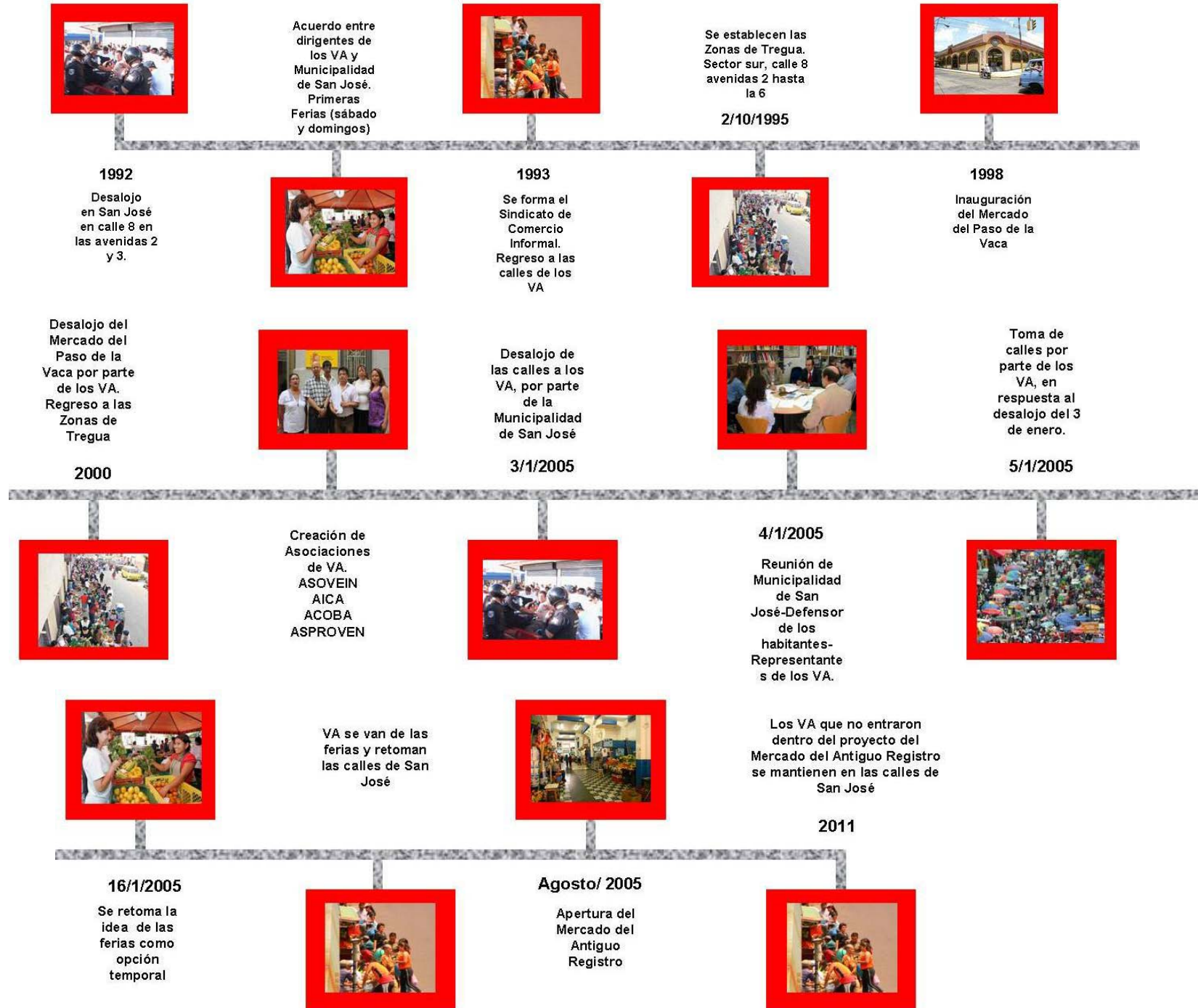
“Esos carajos lo que hicieron fue repartirse esos campos a como les dio la gana. Por eso es que han hecho tanta plata. Diay por pura argolla están bien. A la gente que les caía mal la dejaban en el puro fondo del mercado y a los compitas o gente de la familia les dieron lugar en la pura entrada. Diay así cualquiera pone un negocio propio” (Conrado, febrero 2011).

Los VA con más experiencia alegan que si se les dio patentes ambulantes para mejorar su situación, pero que al cabo de un tiempo la perdieron y la presión municipal era la misma. No podían ejercer las ventas con tranquilidad total.

“Yo que me tragué todas las ferias, llevé sol y aguanté todo eso, no me dieron campo en el mercado, la argolla puede más, y yo ya vieja tengo que seguir viendo como me la juego” (La Machita, febrero, 2011).

En la siguiente línea del tiempo resumimos los hechos más relevantes dentro de la historia de las ventas ambulantes de Calles 6 y 8 desde la década de los años noventa a la actualidad, ilustrando con imágenes esos momentos significativos que han contribuido a moldear la situación actual de los VA:

Fuente: Elaboración propia. Imágenes con fines ilustrativos.



Esa es la situación con los VA. Opiniones divididas y nociones diferentes de trabajo y justicia. VA viejos que todavía hacen de la calle su fuente de ingreso, frente a otros VA que hoy están agrupados en un edificio avalado por la Municipalidad. La Machita y Conrado están todavía en la calle y no vislumbran que en un futuro próximo la situación cambie. Conrado, sin titubear, dice que las cosas no varían mucho desde que Johnny Araya está en la alcaldía de la Municipalidad de San José. Las constantes amenazas de desalojos, presencia policial y delincuencia son factores que están presentes en el día a día de las ventas ambulantes. El panorama ha cambiado en términos de cantidad de VA y de congestión de las calles. Pero las condiciones parecen ser las mismas.

Según el Bach. Roberto Campos, administrador de la Municipalidad de San José, de los mercados del Registro Civil, Artesanías y el Central, la municipalidad no posee soluciones definidas, hay deficiencias en el presupuesto y en la gestión para tratar el tema de los VA, no solo basta con planear decomisos y barridas de las calles, pues las ventas no van a desaparecer.

“El comercio informal es un sistema implícito en la sociedad, es el modus vivendi de estas personas, no un fenómeno social como muchas veces se le llama” ... “es más fácil al estar desempleado, ser vendedor ambulante, la mercadería está más accesible” (Campos, abril, 2011).

A pesar de que desde la misma municipalidad se reconoce que los VA son parte de la sociedad, los planes reguladores y proyectos de reconfiguración del espacio que vienen desde la misma institución, no incluyen a esta población en ese replanteamiento de ciudad. Por el contrario, se busca invisibilizarlos.

“Las ventas ambulantes afectan el paisaje urbano y el derecho de libre tránsito, lo cual es tomado como una contravención a la obstrucción de la vía, por lo tanto es obligación de la municipalidad asegurar a los usuarios del cantón ese derecho” ... “los vendedores ambulantes tienen baja autoestima, por eso se dan los enfrentamientos y los choques constantes con la policía y en todo caso, los vendedores de ahora que todavía están en la calle son muy nuevos y en su mayoría están vinculados con el narcotráfico o son inmigrantes” (Campos, abril 2011).

La infracción

Lo anterior lleva a mencionar la conformación de la venta ambulante asociada o definida directamente como delito. A partir de los desalojos posteriores a las zonas de tregua, se le dio una nueva cara a las ventas ambulantes, no solamente son molestas para los comerciantes formales establecidos, sino que pasan a ser un nuevo delito llamado “molestias a los transeúntes”, el cual recae en la figura del VA, ya que se le impone una multa al que obstruya el tránsito en vías públicas o aceras, con la gravedad de que quien no pague puede ir a prisión (Periódico La Nación, 2004).

Según la entrevista realizada a Alberto (febrero, 2011) policía municipal de San José, para decomisar mercadería y detener un VA, se sigue el siguiente protocolo:

Primeramente al llegar a la zona, ellos transitan por todas las áreas que les asignan y si logran visualizar a un vendedor, le advierten que se van a encontrar patrullando esas zonas, por lo que ocupan que las desalojen y no vendan más allí.

Después de cierto tiempo, si logran observar a los VA igualmente vendiendo en los mismos lugares, según ellos en la segunda o tercera vez, es donde les decomisan la mercadería.

En este momento se realiza un acta de decomiso y dependiendo del tipo de mercadería así se procede: las frutas, verduras y legumbres, se decomisan y se realiza un acta de destrucción por orden del Ministerio de Salud y se deja ir al vendedor. Anteriormente estos productos se donaban, según el policía municipal Cristián (febrero, 2011), a lugares de ayuda social, como los CENCINAI (Centro de Educación Nacional y Centro de Nutrición Integral), Salvando al Alcohólico y casas de indigencia, pero según el Ministerio de Salud, al decomisar varios de estos productos y realizarles estudios microbiológicos, se determinó que no se encontraban en las mejores condiciones de salubridad, por lo que se prohibió realizar estas donaciones y se exigió a la Municipalidad destruirlos; esto es lo que se hace actualmente con los productos (Policía 2, febrero 2011).

Fotografía #2. Destrucción de mercadería



Fuente: Documentos de Destrucción de Perecederos de la Oficina de Administración de Mercados de la Municipalidad de San José

La Normativa de Control Municipal plantea en sus objetivos estrategias para lograr mediante la modernización del cantón, el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes:

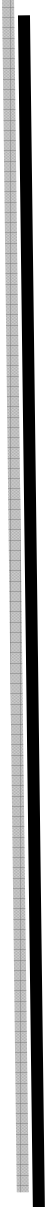
“Crear un plan que contemple la incorporación de la mayoría de los involucrados en la modernización... Concertar los objetivos, programas y proyectos del plan con el involucramiento de los actores como garantía al respaldo social a las propuestas... Evaluar los procesos y propuestas para la modernización y mejoramiento del sector informal en función de los parámetros de desarrollo y ordenamiento territorial y del mejoramiento de la calidad de vida, bienestar colectivo de la comunidad del cantón... Socializar el plan, comunicarlo a la comunidad local, que ellos sepan su inicio, lanzamiento, desarrollo, propuestas, ejecuciones y resultados” (Normativa de Control Municipal. Municipalidad de San José, 1981).

Los planes que se han implementado son el resultado de ideas que no involucran una real planificación y reconfiguración del espacio. No hay una noción de San José como ciudad heterogénea y diversa. La ubicación de VA en San José o los proyectos que se hacen, son resultado de las presiones que ellos mismos ejercen, pero no son resultados de una incorporación de estos proyectos en la planificación general de San José.

Cuando se le preguntó a Conrado qué había cambiado después de la creación del bulevar de la Avenida Central, no dudó en responder que las condiciones siguen siendo las mismas en medio de un *San José Posible*⁷ donde la gente, independientemente de sus condiciones y forma de reproducir la vida, parece ser tema secundario.

A partir de esto, se plantea esta investigación para poner en primer plano las vivencias de los VA, por lo que en cada capítulo fue prioridad la escucha de las experiencias narradas por los personajes que componen la realidad de un San José multicolor. De aquí parte la elaboración de los capítulos presentados a continuación.

⁷ Proyecto propuesto por el Instituto de Investigación de Arquitectura Tropical para la Municipalidad de San José.



Capítulo 2

***¡Hojas secas!* La organización para la vida alrededor de la economía popular de los VA.**

Introducción

Este capítulo es un intento de definir la cotidianidad de los VA desde la perspectiva de la economía popular. Se tomaron en cuenta las relaciones y organización que surgen alrededor de la venta ambulante, y que construyen su modo de vida, donde no solo se vende en la calle por necesidad económica, sino también por gusto o tradición familiar.

Las ideas en torno a este tema están estructuradas en tres ejes. Primeramente un esbozo del ambiente de esa economía popular de San José, donde parece haber un barrio inserto, pues toda una cotidianidad se desarrolla entre calles, edificios y vegetales.

Seguidamente, se hace un análisis de la venta ambulante y el modo de vivirla de los VA a partir de la noción de economía popular, noción que posibilita ampliar la perspectiva desde la cual se ha explicado por tradición esta actividad.

Finalmente se toma la intervención de la autoridad municipal como elemento de fractura de esa economía popular, y a la vez se retoman los códigos y organización de los VA para enfrentar la amenaza de los decomisos o quiebres.

Para lograr recoger la información necesaria para la elaboración de este apartado se hicieron observaciones no participantes en el lugar de trabajo de los VA para poder descifrar el uso del espacio y el desarrollo de un día laboral.

Las entrevistas a profundidad no estructuradas, en el contexto de la venta ambulante facilitaron un acercamiento estrecho a las vivencias de los VA en su actividad económica, que también es su modo de vida, su espacio de recreo, de educación y socialización. Para el detalle de las técnicas utilizadas ver Anexo N 1.

En cuanto a las personas que participaron más activamente en el desarrollo de este capítulo se encuentran VA con más años y experiencia de ejercer esta actividad: La Machita, Conrado, Esperanza y Noé.

Gritos de oferta con voz ronca. Hombres y mujeres ofrecen chiles, plátanos, culantro, ajos, mandarinas, aguacates, a *las reinitas, los negros, y mi amores* que transitan en las aceras y calles. Estrategia corta y directa: se anuncia el producto y el precio. *¡Chile dulce, diez en quinientos, diez en quinientos!* *¡Tome papi pa' que le lleve a la doña y le haga la comida, chile diez en quinientos!* El cliente solo pregunta para confirmarlo y la venta se concreta o se pierde. La oferta es variada, los precios se mantienen.

*¡Pa!, ¿a cuánto la manzana?
Cinco en quinientos, solo calidad. ¿Cuántas quiere?
Solo para calmar la tripa deme dos. ¿Dos tejas verdad?
Si si escójala usted, solo bueno.* (Diciembre, 2001).

Intercambio comercial, de gestos, miradas e intuiciones. Se comunican avisos de presencia de autoridad, de gente extraña, todo aquel que sea visto como *otro* y sea nuevo en el contexto es recubierto de miradas que analizan vestimenta y actitud. Conversaciones que se arremolinan y forman cuchicheos que irónicamente ensordecen.

Fotografía #3. Ambiente de la economía popular



Fuente: Nancy Solís, setiembre 2010

Las calles se transforman ante nuestros ojos como en una barriada donde la gente trabaja, pero también come, juega, socializa, cría a los hijos... vive. Notoriamente en ellas no hay

casas ni parques. El espacio se delimita por zonas de trabajo donde se colocan los VA. Espacio que sirve también para descansar. Las calles para jugar, conversar, correr y moverse hacia otros lugares. Barrio que igual se organiza, tiene movimiento, vecinos que lo integran. Hay chiquillos en uniforme sentados en aceras que bien podrían ser los jardines, adornados con los colores de los ramos de apio, culantro, torrecitas de chiles dulces y medias lunas de plátano maduro, porque después de la escuela no van a su casa (donde duermen), van a su otra casa. Para los VA la calle es el espacio donde se desarrolla su cotidianidad. Están tan familiarizados con el lugar que toda su dinámica es parte de su vida y de la reproducción de la misma. Se relacionan con sus padres, amigos, compañeros de labor... sus vecinos.

Esperanza vende en ocasiones con su hijo pequeño junto a ella. A inicios del 2011, él pasaba el tiempo en la calle con su mamá por que las clases no habían entrado y como toda la familia se dedica a la venta ambulante, él tenía que pasar el día ahí. Al inicio del curso lectivo, en febrero del 2011, ver al chico en las tardes todavía era escena frecuente. Se la pasaba curioseando, haciendo muecas y explorando la calle donde pasa el día con sus papás. *Esperanza* dice que repetidas ocasiones el Patronato Nacional de la Infancia la ha interrogado sobre los motivos que hacen que el niño permanezca en la calle. Ella refuta las críticas diciendo que el niño si estudia pero la mitad del día no tiene quien lo cuide en su casa y el pago de un cuidado a una persona ajena es demasiado costoso y ellos no lo pueden pagar. Por eso se deben adecuar las normas familiares para dar sustento a todos los miembros, pero también protección y bienestar.

Fotografía # 4. La convivencia con los hijos en las calles
(Doña Esperanza con su hijo)



Fuente: Marlon Mejía, noviembre 2010

El espacio público donde se desarrolla la vida de los VA, el barrio en la ciudad, es el San José que la mayoría vemos como zona de paso, de tránsito. Muchas veces definido por la mayoría de personas que lo transitan como caótico, desordenado, sucio, acelerado, donde se desplazan miles de extraños, que a la vez están relacionados. Es “una reunión de extraños, unidos por la evitación, la indiferencia, el anonimato y otras películas protectoras, expuestos, a la intemperie, y al mismo tiempo camuflados, mimetizados, invisibles. El espacio público es vivido como espaciamento, es el escenario de una estructura hecha más de instantes y de encuentros que de instituciones que singularizan la sociabilidad urbana” (Delgado, 2000). Esos instantes de los que se arma ese espacio son los imperceptibles por las miradas rápidas. Se debe hacer un ejercicio más profundo y observar con detenimiento los rostros, palabras, gestos de esos a los que acusa la policía municipal, la prensa y la opinión pública de invadir el espacio público y entorpecer el tránsito. Para los VA ese contexto refiere a su lugar de trabajo y de socialización. Son conscientes de que ese espacio está regulado para mantener un orden establecido desde las figuras de poder.

En un espacio designado como barrio se atienden otras necesidades básicas, entre ellas la comida. En las medias mañanas y tardes no faltan los vasos desechables con café y los cigarros encendidos. La mayoría de los VA son fumadores constantes y los paquetes arrugados de cigarrillos, mayormente Delta duro, Marlboro y Derby, son compartidos entre los VA que están ubicados más cerca. El olor es penetrante y se mezcla con el festival de aromas que ya de por sí hay en la calle.

El café lo reparte una señora que no es VA de vegetales, recorre las dos calles con un termo grande hasta el tope de café negro, pura tinta. Carga el termo en la espalda, como un bulto y a un lado una canasta con lo que parece ser emparedados. Lo vende a la mayoría de los VA que están laborando en el momento de su visita. Es un comercio ambulante que se genera a partir de las ventas ambulantes, posibilidades que la economía popular genera. Ventas dentro y por las ventas ambulantes, que genera oportunidades de sustento no solo a los VA, si no a todas las personas que se involucran en la red que se teje alrededor de la satisfacción de necesidades.

Fotografía #5. Hora del café de los VA



Fuente: Marlon Mejía, abril, 2011.

La hora de la comida la determina cada VA cuando el hambre aprieta, es un descanso para conversar y como la mayoría la departen simultáneamente, la oferta baja de tono y las charlas y bromas afloran.

Los almuerzos son variados. *La Machita* cuenta que ahí se come cuando hay hambre y siempre en la calle. La comida se trae de la casa y se comparte, porciones de pan, el gallito⁸ que se trae de la casa a veces alimenta a dos personas. Es común ver a dos o más VA compartiendo bollos de pan con mantequilla o frutas de las que ellos mismos venden.

Esperanza parece ser más práctica para su alimentación y la de los miembros de su familia. Ella prefiere comprar el almuerzo en algún restaurante chino de la Avenida Segunda o en cualquier soda cercana. Ella vela por su comida, la de su hijo mayor, su hijo menor que aún está pequeño y su compañero. Dice que hace cálculos para que cada almuerzo le salga en mil colones aproximadamente para gastar menos de cinco mil colones al día. Este sistema se le hace más cómodo porque cargar los almuerzos desde la casa es complicado, además no existen lugares para poder calentar la comida, asegura que lo que gasta comiendo afuera es

⁸ Bocado pequeño de comida, especie de entremés. Generalmente se le llama así a los almuerzos ofrecidos a las visitas en las casas.

como si hiciera el gasto de comprar más diario⁹ para la casa, por eso no lo ve como un gasto extraordinario.

Esos espacios de comida son momentos de socialización y comunicación, en condiciones muy diferentes a las que normalmente se piensan para la hora de alimentarse. El humo de los vehículos, el ruido de pitos, miradas extrañas forman el ambiente para el almuerzo, donde se aprovecha para departir con los hijos, si están cerca o como los compañeros de labores.

Fotografía #6. Hora de almuerzo de los VA.



Fuente: Grettel Araya. Mayo 2011.

Manifestaciones de la economía popular en Calles 6 y 8

Los componentes del capital social —confianza, normas y redes— tienden a reforzarse entre sí, con lo que se establece un círculo virtuoso que produce equilibrios sociales con altos niveles de cooperación. “el capital social está constituido por la totalidad de los recursos potenciales o actuales asociados a la posesión de una red duradera de relaciones más o menos institucionalizadas de conocimiento y reconocimiento mutuos” (Bourdieu, 2001).

Para las ventas ambulantes, el capital social se manifiesta mediante los recursos que se generan a partir de la pertenencia a un grupo, ese capital es de utilidad para todos los VA como respaldo al verse reconocidos en otros que comparten su actividad y forma de vida.

El sentimiento de confianza dentro del grupo, también obliga de cierta manera a los VA a cimentar acciones de reciprocidad y cooperación, ya sea con los avisos de presencia

⁹ Comestibles comprados por períodos para el gasto del hogar.

policial, el compartir en las horas de comida o la confianza para pedir ayuda o representación que incluye también a las figuras de autoridad dentro de la organización (en este caso los VA con más años en el oficio, etc) como fuera (empleados y dueños de los chinamos¹⁰, policía municipal).

“Las normas efectivas constituyen formas de capital social porque generan confiabilidad en el ambiente: favorecen o restringen determinadas conductas. Por un lado, las normas más valoradas son aquellas que favorecen los intereses colectivos por encima de los individuales, ya que ello ayuda a construir beneficios comunes o resolver problemas identificados a partir de propósitos en común” (Gordon, 2004: 8).

Para que se pueda construir capital social y que este sea sustento de la economía popular como forma de reproducción de bienes materiales pero también de la vida, es necesario que en las relaciones que se establecen sea posible la existencia de un sentido de unidad más o menos duradero, compartido por el grupo en común y que éste sea reconocido por quienes participan de la relación.

En el caso de los VA, el capital social se concibe como los recursos que se construyen a través de los lazos sociales de solidaridad, reciprocidad y compromiso, los cuales están presentes en las formas de organización utilizadas por ellos y en la satisfacción de sus diferentes necesidades a través de la actividad económica de la venta ambulante.

Operacionalmente, el capital social puede ser definido como los recursos arraigados en redes sociales a los que unos actores acceden y los usan para acciones específicas.

“La reciprocidad es la norma más importante en términos de capital social y se le considera de dos tipos: la reciprocidad equilibrada o específica y la generalizada o difusa. La primera se da cuando ocurre un intercambio de objetos o bienes cuyo valor se considera equivalente (un favor por un favor, un regalo por otro). Además, ese intercambio, aunque pueda repetirse, se acota como un evento específico en el tiempo. La segunda establece una relación permanente y continua de intercambio y, aunque en un momento dado puede no ser equivalente, mantiene la expectativa de que los beneficios serán mutuos y, a largo plazo, equiparables” (Gordon, 2004: 16).

Además, dentro de la dinámica de los VA se manifiestan los vínculos de solidaridad de los que habla Bajoit (2003), donde existe redistribución de los bienes materiales y de

10 Puestos de armazón sencilla de metal o madera con techo de zinc dedicados a la venta de frutas y verduras en las aceras de San José. Cuentan con Patentes Estacionaras extendidas por la Municipalidad de San José.

recursos de existencia pero también se da un reconocimiento de la identidad que los caracteriza como VA. A partir de esa identificación se crean grados de confianza los cuales sirven de cimiento para la creación de nuevas formas de reciprocidad.

Mercedes Sarría, antropóloga brasileña, hace especial énfasis en la espontaneidad de las acciones de solidaridad, y curiosamente los relatos de La Machita reafirman esa noción. Se ayuda a quien lo necesite cuando lo necesite, no hay un código de acción definido ni un plan de emergencias trazado. Se trata más de tomar las decisiones correctas en el momento requerido, si es en un decomiso o en un enfrentamiento directo con la policía o la amenaza de la delincuencia de la zona. Experiencias con otros VA han dejado ver la extensión de la red de solidaridad. Ante la ausencia de una casa para una familia completa de VA la búsqueda de un lugar seguro se extiende por todo el grupo. Entre números de teléfono, disponibilidad de albergues se crea una estrategia de ayuda para salvaguardar a una familia que depende en su totalidad de las ventas para salir adelante.

“Uno siente que tiene que meter mano en estas cosas porque son compañeros de la calle y uno los ve todos los días. Aunque sea buscarles un cuartito para que no anden en moteles con las chiquitas porque ese ambiente no es bueno para ellas. Yo no me puedo hacer la loca con eso, uno también ha pasado por esas situaciones y sabe lo difícil que es” (Esperanza, diciembre 2011).

El ejemplo anterior refiere a una situación específica donde la solidaridad entre los VA se manifiesta. Lucía y Carlos, con tres hijos pequeños, en febrero de 2011, necesitaban encontrar una casa para alquilar, pues tenían dos semanas de estarse quedando en habitaciones de moteles de calles 6 y 8 en San José. Por problemas económicos los habían desalojado de su antigua vivienda y no habían podido encontrar un lugar para establecerse que sus ingresos como VA les permitieran costear. Esta situación trascendió dentro de los VA, y ellos lo comunicaron a nosotros, los investigadores, pues debían trabajar para darle solución al problema de la familia. Se buscaron alternativas como albergues y centros para indigentes pero fueron rechazados por tener un bebé de meses como miembro de la familia. Finalmente, los esfuerzos y búsqueda de contactos de los demás VA, especialmente Esperanza, lograron encontrar una casita en los barrios del sur josefino, dando un sentimiento de tranquilidad a los VA que más se involucraron con el caso, pues salvaguardar la seguridad de los compañeros es parte fundamental del desarrollo de la cotidianidad.

Es importante rescatar que el espacio público es un producto social y que independientemente de para qué fue diseñado, su uso puede ser diferente, a partir de los niveles de apropiación simbólica y real que puedan hacer de él los habitantes; así como de las características propias, físicas, del espacio en sí mismo. Esta aproximación facilita la entrada para reconocer las dimensiones en que los espacios públicos pueden contribuir a la expansión del capital social (Dascal, 2004), en este caso asociado al ejercicio de la venta ambulante, no solo vista como trabajo para generar recursos de subsistencia, sino como una manera de crear formas de organización que se transforman en modos de vida.

La perspectiva de la economía popular

Lo anterior trasciende el significado comercial de las ventas ambulantes, refiere a la reproducción de la vida como tal y envuelve cantidad de relaciones asociadas a planos de función, organización, estructura y relaciones.

La Machita de 67 años de edad, cuenta que de los 60 años que tiene de ser VA, la calle ha sido como otra casa. Los compañeros cambian con los años, algunos se mantienen hasta el día de hoy, como en su caso. Según su experiencia, ahí entre todos avisan cuando la *Muni* anda haciendo operativo, lo que hacen es decomisar la mercadería. Años atrás, en su juventud, el *garrotazo* era un hecho. Para ella ser VA en estos tiempos es más llevadero. Reitera su apego a la calle pues desde los ocho años se dedica a ofrecer ajos y chile dulce – o lo que se pueda, según ella misma cuenta– en las calles de San José. El compañerismo es parte fundamental del trabajo que se realiza. Es un juego de *estira y encoje* donde el individualismo no es bien recibido y no aporta beneficios al trabajo realizado. Hay una constante negociación para las estrategias de venta, distribución del espacio, cuidado recíproco y muestras de apoyo que son dadas esperando recibir las de vuelta en el momento que se necesiten. Al ser un ambiente cargado de tensión, contar con cierta seguridad de apoyo y resguardo aliviana un poco el peso de la espalda que genera estar en modo de alerta todo el día, esperando la llegada de la Policía Municipal y salir corriendo, muchas veces sin rumbo fijo, peso que encorva visiblemente las espaldas de los VA más adentrados en años. A pesar de las duras condiciones del trabajo, el apego por la calle aflora y deja ver el gusto que se desarrolla por el trabajo.

“Yo desde carajillo vengo aquí, aquí me he criado. Toda la vida he estado en eso. Fui tonto porque por estar vendiendo no terminé la Universidad y que conste que si tuve la oportunidad de estudiar. Pero que va, a mí me encanta estar aquí. Vendiendo le di el estudio a mis hijos. Si a mí no me gustara estar aquí pues ya hubiera jalado desde hace rato... pero véame... aquí sigo” (Conrado, 7 de febrero, 2011).

Para el caso de los VA, la economía popular se podría definir como una actividad económica envuelta de prácticas sociales que les posibilita satisfacer sus necesidades básicas, tanto materiales como inmateriales, mediante su fuerza de trabajo y los recursos disponibles en el medio. La particularidad de esta forma de economía reside en que la venta ambulante se ha transformado en el modo de vida de los VA. No se reduce a una alternativa para sobrevivir en medio de una sociedad capitalista excluyente. Es un oficio que se traspasa generacionalmente, se aprende, se vive y se disfruta a pesar de las condiciones difíciles que lo rodean y que se manifiesta de forma diferente en cada uno de los individuos que la experimentan.

Las muestras de solidaridad, la construcción de redes sociales, la acumulación de códigos que permiten una comunicación fluida y específica y las relaciones entre los VA son experiencias que forman parte de la reproducción de la vida en las calles alrededor de las ventas ambulantes.

Para visibilizar las formas de organización dentro de la estructura de los VA alrededor de la economía popular, se debe tener en cuenta la estructura de esas organizaciones y su funcionamiento (vendedores, trabajos especializados, funciones dentro de la organización, relaciones). Por lo tanto, las experiencias de la cotidianidad de los VA, se transforman en un conjunto de actividades que cumplen siete funciones básicas:

En primer lugar, existen espacios de reunión social con una **1) función cultural**, pues al reunirse diariamente se crea un sentido de unidad. La Machita y Esperanza con sus años de ser VA, reflejan la construcción de normas y valores conjuntos dentro de la venta ambulante. Su comunión con los demás VA, y la constante creación de normas que regulen al actuar crean un sentido de cohesión. Ese compartir se fomenta con el día a día y el *estar allí* en la calle. El espacio entre los VA es de escasos tres metros, inevitablemente en el desarrollo de la jornada de trabajo cada quien se involucra en las actividades del otro y al compartir la misma actividad económica se van moldeando normas que hacen más llevadera esa convivencia.

Las normas establecidas para los VA son claras. Como dice Esperanza, para que un VA sea aceptado dentro del grupo y goce de los beneficios de protección y solidaridad, debe primero tratar bien a sus compañeros de trabajo. Esto incluye el uso de un lenguaje respetuoso (sin malas palabras ni groserías) y la disponibilidad de ayudar a los otros VA cuando sea necesario. El buen trato debe extenderse también a los clientes, de forma verbal y también en cuanto a las acciones. Están prohibidos los asaltos a los clientes o abusos de precios. Quien desee unirse a las ventas debe tener claro también el respeto por el espacio de la venta y no repetir los productos, los cuales se distribuyen por secuencias. Si *Esperanza* hoy está vendiendo chiles, el VA que esté continuo a ella debe tener otro producto para no crear una competencia desleal. Asimismo, debe mantener una línea de precios similar.

2) Función psicológica al contarse problemas personales y de trabajo, asuntos que les preocupa. Ángela llegó un día en la mañana a calle 8, pero no a trabajar. Ese día venía de los Tribunales de Justicia ya que dictaban sentencia a un policía que años atrás la había golpeado en un operativo y le fracturó el brazo. Al salir, se fue directo a contarle a sus compañeros, entre ellos Conrado (quien vende desde pequeño), que ganó el juicio y además, le deben pagar una indemnización de más de un millón de colones. La rabia se saborea en el relato y el apoyo de los compañeros no se hace esperar. El regocijo de Ángela era evidente en el apretar de sus dientes y la agitación de sus brazos. Sentir que le gana una pequeña batalla a la figura que constantemente la amenaza, es un placer que debe compartir con sus compañeros. El hecho de afirmar esa victoria en el mismo espacio donde ocurrió el incidente y donde se desarrolla, además, la mayor parte de su vida cotidiana, da un valor enorme a la capacidad de construcción de relaciones y actividades de la economía popular.

3) Función social, toda la jornada de trabajo se mezcla con las conversaciones entre compañeros de cómo manejarse en las calles y el avance de la labor diaria. Tras jornadas de doce horas o más, se necesita con quién conversar, compartir experiencias alrededor del trabajo y crear vínculos que permitan un desarrollo saludable del día laboral.

4) Función política, la cual se ve mayormente reflejada en la organización para actuar frente a la presencia policial y las relaciones que tienen con los entes punitivos. Igualmente en la apropiación del discurso de legitimación de la venta ambulante.

Aquí es necesario resaltar que la organización de los VA ante la presencia de la Policía Municipal es autogestionada y espontánea en un principio, pero los silbidos, gritos de *Hojas*

secas y miradas se convierten en estrategias que se elaboran o configuran en la práctica misma.

Existen asociaciones de VA conformadas. ASPROVEN, AICA, ACOBA, ASOVEIN son las más mencionadas entre los VA viejos. Estas asociaciones están debidamente reconocidas por la Municipalidad de San José.

Noé ha estado vinculado con esas asociaciones desde sus inicios como VA. Por su experiencia, dice que éstas son las que velan por derechos de los VA ante las autoridades municipales cuando han existido enfrentamientos, desalojos y negociaciones. Actualmente, él está vinculado a las administración del mercado del antiguo Registro Civil, donde están ubicados más de cien VA y dónde él tiene un negocio propio. Aunque este mercado no esté ubicado en Calles 6 y 8 es un ejemplo claro del empoderamiento político que han adquirido los VA dentro de la experiencia de la actividad. La creación del mercado en el edificio del antiguo registro es muestra de una forma de organización específica para enfrentar condiciones adversas ante necesidades primarias como son la obtención de recursos para la subsistencia.

Algunos VA viejos no se sienten representados por esas asociaciones y sus apreciaciones dejan ver molestia y opiniones divididas acerca del trabajo que hacen por representar a las personas que ejercen las ventas ambulantes.

“Esas asociaciones lo que hacen es ver a ver como recogen plata para beneficio de ellos mismos. Cobrando cuotas para esto y para el otro ya hay unos que tienen negocios propios en ese mercado y los que salen beneficiados son familiares o amigos de ellos mismos. Así fue antes de lo del mercado, con las ferias y con la rifa de los lugares del antiguo registro. Antes hasta cuota para oficina pedían, y uno Diay lo pagaba, pero yo igual nunca me he sentido representado por ellos” (Conrado, febrero 2011).

Conrado sin titubear, prefiere asegurar sus derechos por él mismo, sin tener que ser alguna asociación quien lo represente, delimitando su espacio y buscando la mejor manera de proteger su oficio y si debe protestar por algún abuso lo hace directamente, sin buscar intermediarios.

Existe una organización popular para los momentos en que ellos enfrentan decomisos y para protegerse de la policía. Eso evidencia parte de ese gran concepto de economía popular, que tiene dentro de sus fines el de proveer la sobrevivencia y reproducir el modo de

vida. Entonces, por ejemplo, protegerse de la policía es importantísimo para ejercer la economía popular. Paradójicamente, la irrupción de la policía es un detonante que impulsa a la organización de esa economía popular, pues la creación de estrategias para evadir la policía y buscar espacios de seguridad para ejercer las ventas, deriva en una organización estructurada y practicada por los VA.

5) Función económica, que refiere al mercadeo alrededor de los productos que se venden, dónde comprarlos, a qué precio venderlos, dónde guardar la mercadería. Las estrategias para la venta son simples pero efectivas. En un lapso de veinte minutos Esperanza o Conrado pueden ganar de dos mil a tres mil colones. Los chiles, manzanas, ajos están expuestos en sacos blancos extendidos en las aceras o cajas plásticas de colores que una vez se utilizaron para apilar refrescos.

Esperanza considera que los lugares donde se ubican les da buenos resultados en relación a las ventas, por lo que fomentan de manera constante la seguridad en la zona para comodidad de los clientes con vigilancia interna entre los mismos VA (aspecto que también es una de las normas que se deben seguir para ser aceptado como VA). Para optimizar las ventas, cada VA trata de mantener cierta constancia en la oferta de sus productos, para que los clientes se familiaricen y retornen a hacer sus compras, así sabrán dónde encontrarlos y qué producto adquirir, lo que también propicia que algunos clientes se vuelvan fijos y establezcan relaciones más cercanas con los VA. El mantener los precios en un nivel justo y el buen trato al cliente son la fórmula de mercadeo de los VA; sin importar qué producto se ofrezca, la estrategia no parece variar.

Al familiarizarse con las ofertas de los VA, es notable que los precios de los vegetales si son considerablemente más baratos que en otros establecimientos como supermercados. Por ejemplo, Lucía ofrece en oportunidades paquetes de quince chiles dulces en setecientos colones. En un supermercado, cada chile dulce se consigue en alrededor de ciento veinte colones, según la temporada y demanda del producto. Esta es una de las razones por lo que la clientela de los VA es constante y creciente, y ellos mismos no escatiman en afirmar que es uno de los beneficios que aportan a la sociedad.

“Aunque sea el trabajo de nosotros, y la gente a veces crea que no es un trabajo como el de ellos, yo sí creo que nosotros damos un beneficio a los clientes. Usted no va a encontrar un paquete de chiles en quinientos pesos en el supermercado, tal vez en una verdulería sí. Pero igual es más fácil comprarlo de camino a la parada del bus. Es el trabajo de nosotros, pero si se le puede dar un beneficio a la gente mejor” (Esperanza, enero 2011).

Para Esperanza está claro que su trabajo crea un beneficio directo para la sociedad. Esa idea de beneficiar el bolsillo de sus clientes está presente en las estrategias de venta y mercadeo de sus productos. Además, ella está consciente de las situaciones difíciles que genera la estrechez económica de la mayoría de los costarricenses y parte fundamental de su motivación para trabajar como VA, la genera poder brindar un servicio que le ahorre dinero a sus clientes.

Los productos que ofrecen los VA tienen distintas procedencias. La Machita había señalado que ella prefería comprarle a un distribuidor que llega a San José en las primeras horas de la mañana, así como otros prefieren comprar su mercadería en las llamadas *bodegas* o verdulerías cercanas a los mercados Borbón y Central, que son una especie de verdulería pero a grande escala que revende mercadería de productores directos o de los mercados Central o Borbón. *Esperanza* prefiere comprarle a productores – agricultores que vienen a vender su cosecha alrededor de las cinco de la mañana a las calles josefinas en camiones grandes. Vienen desde Cartago, Alajuela y diferentes zonas de San José --. Ellos ya tienen identificados a los VA. Esa preferencia se debe a que al ser los productores de los vegetales y las frutas, crea un sentimiento en ella de estar beneficiando directamente a quien los cosecha, eliminando redes de intermediarios que propician el alza en los precios, lo que deriva en tener que vender más caro a los clientes. Además, hay una razón de peso para los VA: estos productores dan el beneficio de pagar la mercadería al final de las jornadas laborales o hasta días después, además de dar en ocasiones la mercadería en concesión. De estos beneficios sólo gozan los VA *viejos*, los nuevos se ganan la confianza de los productores con el tiempo.

La mercadería que sobra al final del día a cada VA es almacenada en las *bodegas* ubicadas en las inmediaciones del Mercado Borbón. Son sitios con tinte de clandestinos, ya que también son refugio para los VA ante la amenaza de decomisos por parte de la policía municipal. En su mayoría, son antiguos parques privados de los edificios de los alrededores, que brindan el espacio para hacer más cómodo a los VA la ejecución de su trabajo.

6) Función comunicativa, entre los VA hay comunicación constante, se cuentan los pormenores del día y la semana, asuntos de último minuto. Lo que cualquier persona reproduce en su lugar de trabajo, con la diferencia de que ese espacio es para los VA la calle. Al ser un grupo con una organización propia y espontánea, el estar informados de la situación general del día de trabajo es fundamental. No solo conocer los pormenores de la calle donde se encuentran sino de todo el espacio en general, tanto para estar alerta ante la llegada de la policía o para cambiar las estrategias o ubicación de la venta.

7) Función educativa: los VA aprenden sobre las ventas ambulantes, los VA viejos en el oficio transmiten su conocimiento a los demás, como Esperanza, que con un modo maternal, advierte de peligros y enseña a la familia conformada por Lucía, Carlos y sus tres hijos cómo desarrollarse en la calle, dándoles pautas de comportamiento con los clientes y entre ellos mismos y protocolos de seguridad. Lucía sale a vender con su esposo e hijas y al ser una familia joven deben ir adquiriendo experiencia de otras familias para poder desenvolverse en la calle, generar ingresos y conformar ese espacio en el contexto de educación para sus hijos¹¹.

La educación no solo se transmite de VA a VA, los hijos que comparten con sus padres en la calle, absorben todo el conjunto de normas y comportamientos que observan al estar allí. Valores para la vida en general.

Otros vendedores transfieren a sus hijos el conocimiento del oficio, pues varias generaciones de su familia se han dedicado a las ventas ambulantes, haciendo de esto una herencia y no solamente un medio de subsistencia económica.

Las anteriores funciones se tejen en dos ámbitos. Primeramente el económico, vinculado con la reproducción de la vida, desarrollando estrategias de trabajo y permanencia, lo que genera ganancias económicas que son intercambiables en la esfera económica normativa, pero que también propician procesos de socialización del conocimiento, la cultura, las relaciones afectivas. Aquí se contempla la creación de grupos de apoyo y organización, lo que da estructura y validación como grupo a los VA.

Más allá de que para los VA su actividad sea para la creación de ingresos, dentro de esa economía se manifiestan acciones espontáneas de solidaridad entre La Machita, Conrado o Esperanza y en acciones a nivel colectivo organizadas a partir de acciones en un principio espontáneas de todos los VA, con el fin de mejorar sus condiciones de vida (Sarría, 2005: 25).

El segundo ámbito refiere a la forma en cómo estos sectores permanecen y reproducen la vida y por lo tanto su existencia. Lo cual depende del contexto dónde se desarrollen y el panorama político que los envuelve.

¹¹ Este tema será ampliamente tratado en el Capítulo 5.

De la mano con la función política, la noción de economía popular, da más herramientas para definir lo que sucede en el centro de San José. Posibilita también ampliar las vistas del discurso de exclusión social costarricense. Razeto (1990, 56) cree que el potencial de la economía popular reside en poder visibilizar este tipo de actividad económica como una opción social, económica y política que toma fuerza con el debilitamiento de otras formas de vinculación con el mercado. Esto también permite romper con la idea de que las personas que se dedican a las ventas ambulantes lo hacen por mera necesidad económica, sin tomar en cuenta la tradición familiar del oficio, el apego a las calles y la dinámica, que los VA desarrollan.

La economía popular es un modo de vida, una expresión social y cultural relacionada con formas tradicionales y antiguas de economía y con un placer y deseo por estar en la calle. El sentimiento de libertad que contrasta con la persecución policial, que los VA transmiten al relatar su día a día, nace de ser sus propios jefes, la subordinación a otras personas no existe y la gestión y organización del día de trabajo corre por su propia cuenta. El mismo espacio de la venta es fluctuante, todo se acomoda a las necesidades del día y a las condiciones del momento.

El apego a los compañeros y el gusto que se desarrolla por la calle, hace que los VA a pesar de ser constantemente perseguidos por su condición de “ilegítimos”, no amedrenta sus gustos por su oficio, más bien lo acrecienta y hace que este tome más fuerza y vincule a más personas con el paso del tiempo.

Dentro de la venta ambulante hay una racionalidad que involucra formas de organización para hacer frente a necesidades personales y sociales de los VA. Necesidades de subsistencia pero también de convivencia y desarrollo cultural, “organizaciones económicas, pero no economicistas” (Razeto, 1990, 73). La participación de las personas en ellas implica no solamente trabajar, producir, vender y comprar, sino todo un modo de vida, una práctica social y grupal compleja que tiende a ser integral; más que de “estrategias de subsistencia” habría que hablar de estrategias de vida.

La organización de los VA del centro de San José no es estructurada en un inicio, se va conformando cuando los códigos y símbolos permanecen y se reproducen de la mano de la actividad económica. Las estrategias para conservar el trabajo y hacer llevadera la vida en la calle son creadas por cada VA, adecuándolas a sus necesidades específicas. Conrado entre risas pícaras confesó que hace algún tiempo, ante el crecimiento de la población de VA y la llegada de más vendedores nicaragüenses, la esquina donde él se ubica para vender se empezó a congestionar. Como la Municipalidad no regula los espacios, se las ingenió para proteger su territorio: él mismo pintó de color amarillo la orilla del caño de la acera a

tempranas horas de la mañana. Cuando los demás VA le preguntaron quién había hecho la demarcación, Conrado afirmó, vehementemente, que el Ministerio de Salud había llegado a pintar la zona como parte de un plan de seguridad contra emergencias, destinando esa esquina como segura, y por lo tanto, había que respetar la señal por motivos de seguridad y tenerla despejada. Al instante había recuperado la amplitud de su espacio de trabajo.

“Si yo no lo hubiera hecho, nadie iba a llegar a quitar el montón de nicas que se habían puesto en la esquina. Mire uno tiene que usar la cabeza para defender lo de uno... risas... y lo mejor de todo es que se lo creyeron”
(Conrado, enero 2011).

Esta noción de economía popular está estrechamente vinculada con el capital social de Bourdieu (2001), antes expuesto, donde los relatos y vivencias de La Machita, por ejemplo, son los recursos que sustentan ese capital, pues existen lazos de parentesco y organizaciones dentro del mismo grupo de VA. Dos de sus hijos se dedican a la venta ambulante en el mismo espacio, reproduciendo con el tiempo vínculos familiares (desarrollados en el Capítulo 5) y solidarios para la defensa de intereses y derechos no solo en el plano individual sino colectivo. La noción de capital social dentro de la economía popular, implica que los intereses no pueden ser meramente individuales, máxime cuando existen de por medio, vínculos de sangre y afinidad.

Cuando *quiebran* a los VA. La desestructuración de la economía popular

De un momento a otro las cajas de cartón y madera que están en las aceras y que contienen plátanos, chayotes o chiles se posicionan en hombros de los VA y entre el tumulto, desaparecen. Seis policías -5 hombres y una mujer- se acercan; con lentes oscuros y determinación se dirigen hacia la esquina del Supermercado Koopers. Parqueos y tiendas se han convertido a través de los años en refugio para los VA ante la amenaza de un decomiso por parte de la policía municipal, que otro VA advirtió con un fuerte grito de **¡Hojaaaaaaaaaaaaas seeeeeeeecas!** Ese beneficio de refugio, se obtiene al establecer una relación de confianza entre los dueños de los locales y los VA, que se crea por el trato diario y la convivencia. A su paso, los policías van levantando cajas que algún hombre no pudo llevar, cartones y restos de vegetales que son depositados en el cajón de una patrulla tipo *pick up*.

Fotografía #7. Decomisos de mercadería.



Fuente: Marlon Mejía Serrano, abril 2011.

Un aviso de alerta, ¡**Hojas secas!**, que logra una movilización para evitar momentos de choque que puedan perjudicar la venta ambulante, sugiere que en las calles cercanas al Mercado Central existen organizaciones que trascienden los intercambios comerciales. No es una frase sacada de la manga en el momento, es un código que a lo largo de la evolución de las ventas ambulantes ha servido para prevenir de la amenaza de un **quiebre**, o decomiso de mercadería por parte de la policía municipal. Esos quiebres son el punto de desestructuración de la economía de los VA, pues al ser despojados de los vegetales y frutas que son la fuente de su trabajo, se pierde un día laboral y la posibilidad de genera más ingresos. A la vez que el día de trabajo se ve interrumpido y la estructura cotidiana se desfigura.

En medio de estas situaciones, las muestras de apoyo y complicidad se observan en los gestos, miradas y movimientos de los cuerpos de los VA, a lo largo y ancho de esas calles. Un VA deja su espacio y mercadería al cuidado de su compañero más próximo, no alcanzó a oír por qué debe ausentarse un momento, pero el favor que su compañero le hace capturar mi atención. Al regreso del VA, su mercadería sigue intacta y el agradecimiento es inmediato.

Luego de un quiebre – una caja de unas veinte papayas en esta ocasión- las ventas se disipan. Los VA se reúnen para presenciar la acción de la *Muni*. Seis policías esperan la llegada de la patrulla que va a cargar la mercadería confiscada. Entre gritos e insultos de una VA nicaragüense y un policía, La Machita espera que finalice el problema. Bromea con uno de los agentes e incluso la llaman por su nombre. En este caso particular, no hay tensión ni disputa entre ellos dos aunque alrededor el ambiente es denso. Ella cuenta con naturalidad

que los policías solo cumplen con su papel en la calle, que es básicamente el decomiso de mercadería. La violencia aflora solo cuando los ánimos se calientan, y se abalanzan a golpes sobre los policías a defender el derecho de sus compañeros sobre sus productos. Las asociaciones que surgen de la venta ambulante no son solo entre los VA como integrantes del mismo grupo laboral. Se crean vínculos entre las partes: VA y policías municipales construyen relaciones alrededor de la venta ambulante.

El trato de confianza de La Machita con el oficial municipal es una manifestación de las diferentes direcciones que puede tener el capital social (Bourdieu, 2001), en este caso se generan obligaciones y expectativas recíprocas alrededor de una relación vertical (Coleman, 1990), pues en tanto el VA comprenda que el quiebre de la mercadería es parte fundamental del trabajo del oficial, habrá un ambiente de empatía y cooperación, evitando enfrentamientos violentos y garantizando respeto por el trabajo ambulante.

De esta manera, la relación entre VA y policías municipales es cambiante. La cooperación y la tensión por el ejercicio del poder coexisten en las calles.

“El otro día vino un gordillo que siempre anda por aquí (refiriéndose a un policía) y me quitó el gancho con todas las bolsas de chile que andaba. Tras de eso me metió la mano en las bolsas del delantal para ver qué más andaba. Yo le dije: “mi amor devuélvame los chiles, total ustedes los botan” y aunque otro compañero de él le dijo que no importaba que me los diera, me dijo que él estaba cumpliendo con el trabajo de él. Ya no les importa mucho que uno sea una persona mayor. Hasta le pedí que me dejara solo el ganchito y siempre se lo llevó. Uno entiende que es el trabajo de ellos” (La Machita, 6 de abril, 2011).

La Machita manifestó esta situación como uno de los casos en que se presenta la tensión que genera la autoridad policial. A pesar de que ella reconoce que los decomisos son parte del trabajo de los policías, resiente que algunas veces no se le respeta su condición de adulta mayor, por la cual ella espera un trato más benevolente.

Esperanza presenta otro tipo de relación con las autoridades. Ella denuncia abusos y malos tratos por parte de los oficiales. Los relaciona con una figura de poder que los persigue y no respeta el trabajo que realizan, donde las buenas relaciones, según ella solo responden cuando hay chorizo¹² de por medio.

“Si fuera que solo lo quiebran a uno pues Diay no importa, bueno si... pero uno sabe que es lo que ellos tienen que hacer. Pero de eso a que lo maltraten a

12 El chorizo en Costa Rica se define como las acciones o situaciones con tintes de fraude, tráfico de influencias o estafa.

uno y hasta lo amenacen a uno con quitarle los güilas solo porque estén aquí con uno nada que ver” (Esperanza, 7 de febrero, 2011).

Las condiciones que hacen que ciertos días los policías municipales no hagan decomisos o respeten la venta, o existan lugares donde a pesar de su presencia no intervengan con el trabajo de los VA, es una cuestión de organización mezclada con directrices municipales. Actualmente, las zonas de tregua, explicadas en el Capítulo 1, ya no existen pero hay períodos y espacios en los que los policías deciden no actuar. Son lineamientos de alguna manera arbitrarios, pues los operativos se hacen a cualquier hora del día. Como en todo espacio, hay versiones de lo que puede generar esa inconstancia en la vigilancia.

“Ah eso es porque hay unos vendedores que ahora son distribuidores, ya ni trabajan en la calle, entonces con tal de que no los jodan, le pagan algo a los policías y esos con tal de hacer plata ponen la mano y los dejan tranquilos un rato. A veces son como mil pesos, ya con eso no los joden medio día, pero no es a todos, es solo a los que pagan” (Conrado, diciembre 2010).

En cuanto a las relaciones donde interviene algún ejercicio de poder, hay que reafirmar que estas son parte fundamental del capital social, y por lo tanto de la economía popular, pues las sanciones, el ejercicio del poder y las normas de comportamiento establecidas son factores que determinan los tipos de relaciones que los VA construyen desde sus particularidades identitarias.

Conclusiones

A partir de la experiencia de estar en el espacio de trabajo de los VA, las calles, y ser testigo de cómo hay todo un modo de vida alrededor de la venta ambulante, se puede afirmar que el barrio que está inmerso en medio de San José posee las características suficientes para ser llamado de ese modo. La convivencia de las personas en el sitio, las actividades que en él se generan y las necesidades que se satisfacen y comparten hacen de las calles 6 y 8 el lugar de permanencia de los VA.

Al poder observar el desarrollo de un día laboral de los VA en ese espacio, y las relaciones y organizaciones que se generan, es propicio afirmar que la venta ambulante no es solamente un trabajo que realizan personas en vulnerabilidad social y económica. Es un oficio aprendido y disfrutado, que ha posibilitado a varias familias el sustento de sus

necesidades materiales y la oportunidad de dar educación a sus hijos y brindarles un ambiente seguro.

Ese ambiente es producto de una red de organización generada desde las ventas, organización que en un inicio es espontánea, pero que se convierte con el tiempo en código y tradición, pues los VA lo reproducen y transmiten a sus hijos, compañeros y colegas.

La economía popular permitió en el caso de los VA de calles 6 y 8, realizar un acercamiento más humanizado a esta actividad tan recurrente y estigmatizada en Costa Rica. Resaltar todas las posibilidades que las ventas ambulantes generan además de un intercambio comercial, permite darles rostro a las personas que la ejercen y la viven, no solamente como un trabajo, como se mencionó anteriormente, si no como toda una estructura de vida, que se disfruta y se defiende ante la amenaza de las autoridades oficiales.



Capítulo 3

Dinámica de las relaciones sociales y exclusión social en los vendedores ambulantes.

Introducción

Este capítulo se encuentra conformado por las observaciones, entrevistas y conversaciones con los VA y su entorno social: Policías Municipales, vendedores formales, vendedores de kioscos, clientes y transeúntes.

Se tomó en cuenta principalmente las relaciones sociales que construyen los y las VA de las cercanías de las calles 6 y 8 con los actores anteriormente descritos, vistos además, desde el marco de la exclusión social.

La conformación de este apartado se encuentra organizada en tres partes: en la primera se introducen las relaciones sociales y los conceptos más importantes que se tomarán en cuenta; en la segunda se establecen los tipos de relaciones sociales y se explica cada relación entre VA y el actor respectivo; y en la tercera, se cierra con los aspectos más importantes que llevan estas relaciones a una exclusión/inclusión por parte de los demás involucrados.

Preámbulo: Las relaciones sociales

Los VA establecen diversas relaciones sociales en la zona al ser un grupo presente en la dinámica socio económica de San José centro. Son diversos actores con los que comparten su diario vivir, las personas en situación de calle de la zona, los proveedores, los demás vendedores (que no son de frutas ni verduras), como los de productos no comestibles, de películas piratas, de artesanías, de chucherías; los diferentes transportistas, como choferes de autobús, camiones repartidores, taxistas, porteadores, chanceros, lustradores de calzado; los trabajadores de la municipalidad, como los oficinistas, los encargados de la limpieza municipal y recolectores de basura, entre otros.

Los VA día con día forman parte de los principales actores y actrices que se observan en el centro de San José, y confluyen en una rica y diversa relación con el conjunto de personajes que hay en la zona, a lo largo del tiempo.

No obstante, por la cantidad y diversidad de relaciones sociales que construyen los VA, recortaremos el análisis de este capítulo a las relaciones sociales que establecen los VA con Policías Municipales, vendedores formales, vendedores de kioscos, clientes y transeúntes.

Las interacciones sociales producidas en las calles 6 y 8 de San José, son resultado de la diversidad cultural, étnica, económica, laboral y social. Se definen las relaciones sociales como la conexión, vínculo o interdependencia entre dos o más personas o bien, grupos sociales, los cuales interactúan entre sí, mediados por alguna razón o circunstancia. Además, para que existan estas relaciones debe haber una sucesión de interacciones.

Las llamadas relaciones sociales que convergen día con día, son representadas dentro del escenario de las calles 6 y 8 de San José, en donde se dan diferentes tipos de intercambios, según el otro grupo o individuo, pueden ser de cualquier naturaleza (afectivos, económicos, sociales), con cualquier tipo de duración, y además, “existe una equivalencia entre la estructura de los intercambios y en la misma estructura de poder de la red de intercambios, por lo que hay un puente entre las interacciones y el poder” (Ford, 1992: 36).

La perspectiva de la teoría del intercambio, se basa en la negociación por medio del intercambio social entre personas mediante el costo y beneficio y la medición de alternativas.

El antropólogo Víctor Turner explica por medio de esta teoría que “...dar cuentas de las estrategias individuales orientadas en maximizar el beneficio, las relaciones son resultados artificiales de individuos que toman sus propias decisiones privadas” (1999:6), que están atravesadas por múltiples aspectos contextuales, de poder, culturales, sociales y económicos.

Las relaciones sociales se basan en una teoría donde ambas partes o más, buscan beneficiarse de alguna forma (social, económica, afectiva, amorosa, política), las cuales dan algo, para recibir otra cosa a cambio. Estos intercambios no son precisamente balanceados, lo cual ocurre en la minoría de las ocasiones, sino que puede ser que una parte dé más que la otra.

En el contacto se establecen las reglas implícitas o explícitas del intercambio, en la mayoría de las ocasiones una parte posee más prestigio y/o poder, por lo cual entrega menos en este intercambio.

En las relaciones sociales se observan repetidamente fenómenos psicosociales, que involucran variables cognoscitivas, sociales, psicológicas, afectivas y de comportamiento.

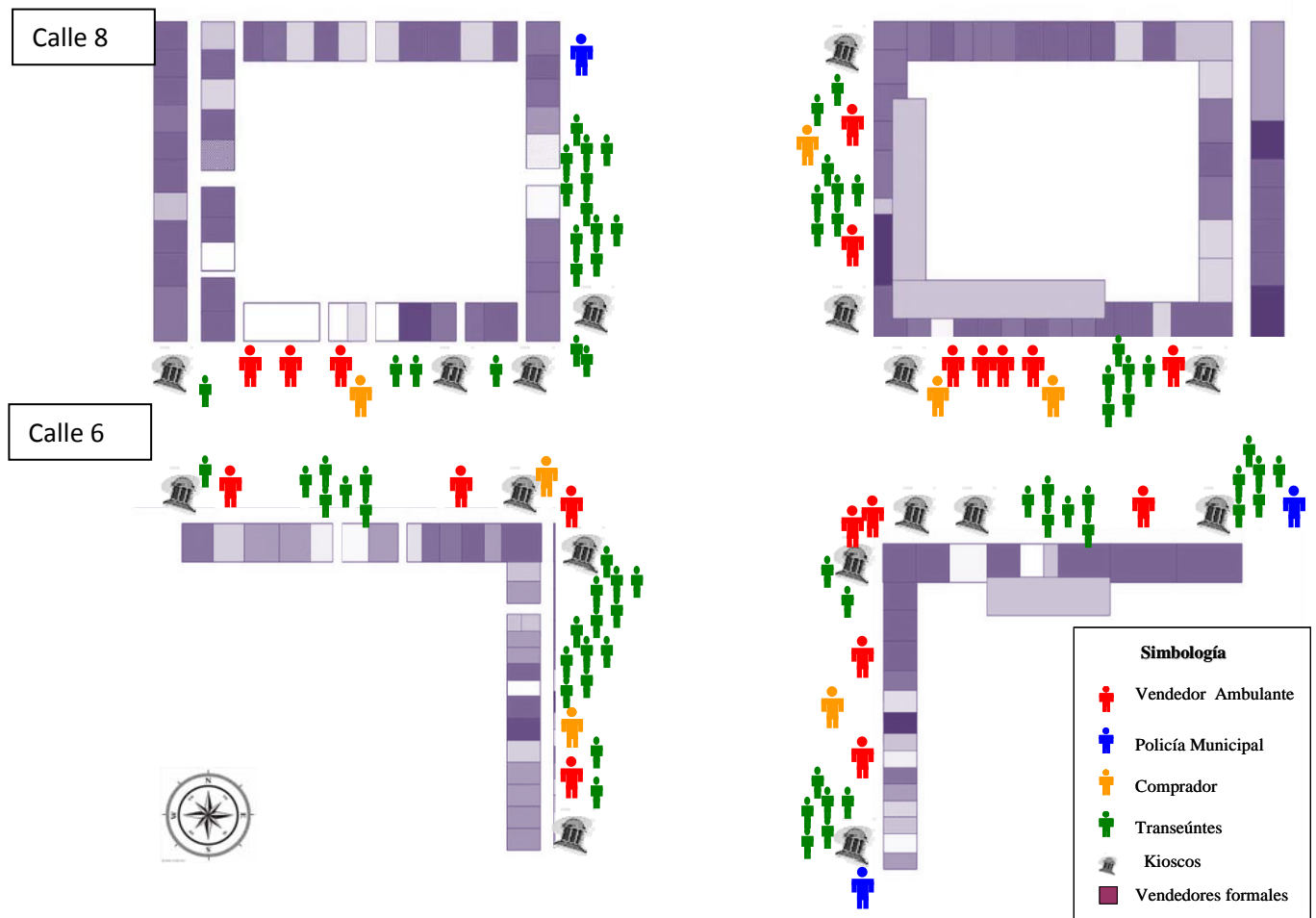
Estas relaciones son diferenciadas por sus propios miembros y las demás personas no involucradas en ellas, y se distinguen de otro tipo de relaciones (Botero y otros, 2008:27).

También podemos observar dentro de los grupos sociales, la llamada interacción social, ya que por medio de ésta los involucrados crean normas sociales, estereotipos, formas de excluir/incluir al otro y creencias, las cuales son internalizadas por los individuos, y de este modo crean estructuras socio-psicológicas en la cognición propia (Turner, 1999), que se verán reflejadas en las conexiones entre los grupos.

Y esto se da más aún si los mismos grupos comparten espacios físicos (tanto de residencia, trabajo y ocio), espacios simbólicos, dentro de las esferas creadas en su propio imaginario, y espacios sociales, en los que convergen todas las estructuras anteriormente dichas.

Con el fin de mostrar cómo en las calles se dan las relaciones sociales y los intercambios, en el siguiente croquis se ubican a los diferentes actores sociales que están en la calle 6 y 8.

Croquis #4. Relaciones sociales. Calle 6 y 8. Febrero 2011



Fuente: Elaboración propia

Con esta ilustración, se puede observar que dentro del espacio urbano de San José centro, en las calles 6 y 8, confluyen diferentes personas y grupos sociales, y por lo tanto las interacciones entre ellos serán nuestro eje de análisis.

El espacio público

Es importante hacer hincapié en espacio público, ya que representa el lugar físico y simbólico de las relaciones sociales entre VA y los demás actores sociales.

Por lo tanto es menester reconocer este espacio como un lugar donde confluyen las relaciones, y como lo llama Marrero (2008), un lugar donde se materializa lo urbano como su máxima expresión.

El espacio público es un lugar limitado espacial y temporalmente, que representa la pluralidad y multiculturalidad, como lo es el caso, en donde residen diferentes tipos de personas, realizando diversas actividades, quienes se relacionan entre sí.

Por ese motivo el espacio público más que otro actor dentro de las relaciones sociales, representa el importante escenario en el cual se dan los intercambios, el cual influye en ellos.

El antropólogo Manuel Delgado lo define como “el lugar donde se produce la epifanía de lo que es específicamente urbano: lo inopinado, lo imprevisto, lo sorprendente, lo absurdo...” (Delgado, 2000: 3). Lo que reafirma lo variante que es este lugar, y lo inesperado de las relaciones sociales que se plasman en estos espacios.

Tipos de Relaciones Sociales

Al ser las relaciones sociales tan complejas, es necesario describir los diferentes tipos que existen y exponerlos con las relaciones de los VA.

No todos los tipos de relaciones se pueden encasillar de igual manera en este sector. A pesar de que los VA comparten un mismo espacio con múltiples actores sociales, todas las relaciones son diferentes y tienen sus propios matices que las hacen únicas.

Dentro de las relaciones sociales que se producen entre VA y los demás actores, son bastante evidentes las relaciones de poder, las cuales implican “la capacidad para influir en otros, esto es, cambiar la probabilidad de que otros responderán de ciertos modos a específicos estímulos” (Jiménez, 2006:22). Para que las relaciones sean de poder se requiere que sean dialécticas, dependientes entre sí, asimétricas o desiguales, condicionadas por espacio o tiempo y casuales (Jiménez, 2006:24).

Estas características son fundamentales para que se de una relación de poder entre dos personas, además, existe una relación entre A y B, donde A ejerce poder en B, y este último se ve influenciado por las acciones de A.

Teniendo en cuenta el tipo de relaciones de poder, se deben considerar las relaciones donde se ejerce el poder de tipo autoritario, que se refiere cuando A ejerce poder sobre B, de una manera no democrática; además las represivas que suceden cuando la relación de poder pasa a generar violencia física, simbólica, emocional o psicológica; y las de negociación,

cuando A obtiene de B lo que quiere, y ambas partes quedan, de cierta manera, satisfechas, posiblemente una más que la otra.

Además, están las relaciones de dependencia, donde una de las dos partes depende en alguna medida de las acciones de la otra; las competitivas, los individuos se enfrentan para obtener un mismo fin, que por lo general tiende a ser un juego de suma cero, y las de complicidad, ocurre en donde los individuos o grupos trabajan juntos para obtener un mismo objetivo, sea legal o no.

Otras relaciones de tipo más personal que implican relaciones psicosociales entre los individuos, ya sea de tipo emocional como las afectivas, cuando las relaciones corresponden a lazos familiares, o donde se crean vínculos afectivos e intercambios de ayuda; los de confianza, cuando se crean vínculos personales que generan intimidad, cordialidad y confianza; y, por último las de afinidad, que son relaciones basadas en algún tipo de aproximación a otro individuo, por lo que se genera correspondencia positiva.

A continuación se realizará una descripción de los vínculos entre vendedores ambulantes, y cada uno de los actores con los que convergen en las calles. Cabe rescatar que este apartado posee una índole más narrativa, ya que se plantea, primeramente, contar las relaciones y definir las dentro de las diferentes tipologías, y seguidamente analizarlas dentro del plano de la exclusión social, o bien, inclusión social.

Policía Municipal

Existen varias palabras para calificar la relación entre VA y Policías Municipales: compleja, hostil, violenta, estresante, y algunas veces hasta amistosa. Doña Esperanza cuenta que desde hace aproximadamente 20 años la relación con la Policía Municipal “va de mal en peor”, los saqueos son más seguidos y el uso de la violencia en los mismos, cada vez es más justificado.

Al estar allí se puede observar en sus caras la angustia reflejada al verse aproximar un uniforme azul, pero ésta rápidamente desaparece frente a un grito de algún compañero alertándoles de la situación. Pero no muchos son los que logran escapar de este juego consecutivo del gato y el ratón, y es allí donde se dan decomisos de mercadería.

La sola presencia de nosotros como observadores e investigadores en un principio, les causó desconfianza, por el hecho de tener que cuidarse las espaldas a cada momento.

En el segundo semestre del año 2010, los VA solían estar en los mismos lugares que habitaban vender, los cuales comprendían principalmente las calles aledañas entre el Mercado Central y Mercado Borbón, por lo que a nosotros como investigadores se nos facilitó la observación de esta situación, el reconocimiento de los VA, y la posibilidad de conocerlos y entablar los primeros contactos.

Además que en todo ese tiempo, se realizaron las principales entrevistas y otras técnicas, ya que había una habitualidad en los VA y en el escenario en general.

A finales del segundo semestre del 2010, se dio una situación en particular, los VA se desplazaron a diversos sitios, puesto que la Municipalidad reforzó notablemente la estadía de policías en el lugar, el monitoreo constante y en general, los decomisos y arrestos.

Existen dos razones por las que se dio este aumento de policías:

a) Con la llegada de diciembre, las ventas en este sector capitalino se disparan y, por lo tanto, se multiplica la cantidad de personas en las calles; asimismo, la municipalidad incrementa el control policial para que no se den robos a peatones, desordenes en la capital, y en general, se mantenga la seguridad en la zona. La municipalidad ayudada con los medios de comunicación masiva, hacen énfasis de su labor en este tiempo.

b) Las elecciones municipales a alcaldes, síndicos y concejales se dieron el día 5 de diciembre. El candidato a Alcalde por el Partido Liberación Nacional, para la Municipalidad de San José fue Johnny Araya, quien quería ser reelegido de su cargo, el cual lleva casi dos décadas en éste. Una de las principales propuestas del candidato referentes a las ventas ambulantes, era continuar con la eliminación de las mismas en pro de los derechos de los demás ciudadanos.

Podemos corroborar esta decisión de la Municipalidad en el foro, creado para responder las preguntas que poseen los habitantes de San José, llamado: San José más destino que camino! Su opinión cuenta¹³ (Foro de la Municipalidad de San José, 2010), sobre temas como el manejo de la basura, las ventas ambulantes, el repoblamiento de la capital, la seguridad ciudadana, y diferentes actividades culturales que organiza la Municipalidad.

Respectivamente, el Asesor en Comunicación Social del Alcalde, Manuel Damián Arias Monge responde a la pregunta de una lectora frente a qué se hará con los VA del lugar, el cual inicia con la frase “Los privilegios de unos pocos contra el derecho de todos”, plantea cuatro motivos principales del por qué se deben eliminar las ventas ambulantes:

¹³ Extraído de la página <http://masdestinoquecamino.com/viewtopic.php?f=3&t=9>

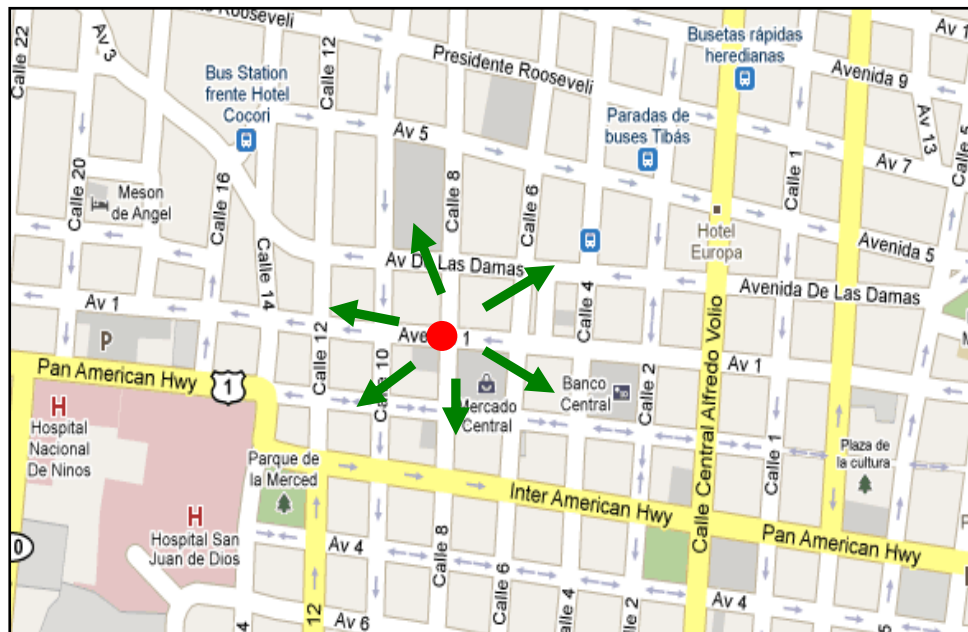
1. El libre tránsito, de lo cual es derecho de todo ciudadano y el VA obstruye su paso.
2. Anteriormente se otorgaron ciertas oportunidades, como lo son los diferentes mercados, pero los VA no las quisieron aprovechar.
3. Los VA, la mayoría pertenecen a organizaciones mafiosas, en donde comercian con discos y películas piratas, alimentos perecederos que son un mal para la salud pública, delincuencia, distribución de drogas o explotación de migrantes ilegales.
4. La Municipalidad, por medio de la Policía Municipal debe defender los derechos de la ciudadanía, no permitiendo la violencia en las calles, a los inmigrantes ilegales, y además la economía informal sucede a un ciclo de pobreza lo cual perpetúa la situación en la que se encuentran los VA.

Los argumentos expresados en esos cuatro puntos, reafirman la posición de la municipalidad frente a las ventas ambulantes, y por lo tanto, las medidas que se tomarán. Asimismo, representan una justificación del por qué se ha manejado a este grupo social de manera represiva, evidenciando tres situaciones, en primer lugar el derecho de libre tránsito, seguido por la condición de “ilegalidad” de los VA y por último, el contrabando de mercadería o de productos dañados.

Ciertamente, antes de las elecciones municipales, el partido oficialista, quiso mantener las calles “limpias” de vendedores, como se relata en la noticia de La Nación, del día 13 de noviembre del 2010, explicando que tanto el Ministerio de Salud Pública y la Policía Municipal de San José, acordaron realizar más operativos para estas fechas, ya que según ellos, además de ser los VA una molestia en las calles, incumplen la ley y venden productos insalubres, para que así se viera la labor que han realizado. Las acciones incluyeron además, relleno de huecos en la vía pública y reforzamiento de policías, entre otros.

De esta manera, el aspecto electoral y tales acciones representaron una fuerza centrífuga que expulsó a los VA de la calle 6 y 8, hacia otros lugares y calles de San José. Por su parte, la dispersión de los VA en la ciudad, fue una estrategia que ellos utilizaron desde diciembre del 2010, y que se siguió implementando, para estar menos concentrados y, así, evadir a la policía, como se explica gráficamente en la siguiente ilustración:

Mapa # 5. Movimiento de los VA. Diciembre, 2010



Fuente: Elaborado con base a Google Maps, 2010

Como se observa en este mapa, el punto de color rojo era donde anteriormente los VA se concentraban y las flechas de color verde, hacia donde se expandieron a lo largo de la ciudad. Esta dispersión incluyó la avenida central, el Boulevard Paseo Unión Europea, las calles aledañas a las calles 6 y 8, las cercanías del Correo Nacional y de la C.C.S.S., entre otros.

Es importante señalar que a la compleja realidad electoral que afectó a los VA durante diciembre del 2010, a finales de ese mes se unió la llegada de migrantes nicaragüenses a Costa Rica, quienes se incorporaron al trabajo de las ventas ambulantes en la ciudad. La presencia de esta población al concluir el año e iniciar el 2011, fue muy marcada y, posiblemente, se relacionó con la finalización de las fiestas de fin de año en Nicaragua.

Debido a que las políticas establecidas por la municipalidad son puestas en marcha por la Policía Municipal de San José, los VA interactúan diariamente con ellos.

Entre policías y VA se pueden reconocer los siguientes tipos de relaciones.

Relaciones de poder basadas en la violencia física y en la violencia simbólica. Estos dos tipos de violencia coexisten sin ninguna contradicción (Fernández, 2005: 10) y se expresan en situaciones reales como cuando se dan casos de los decomisos, en donde se manifiesta la

represión por parte de los Policías Municipales, quienes les quitan la mercadería a los VA y los golpean.

Según Camila, la policía en algunos momentos llega y deben escapar rápidamente:

“a los policías no les importa nada, ni el bienestar físico de las personas, por eso es que nosotros debemos de correr a veces sin mirar si vienen carros. Una vez a mi por andar corriendo, me atropelló un carro, porque estaba huyendo de la policía, pero en ese momento yo no sentí nada, yo seguí corriendo, fue al día siguiente que sentí los dolores” (Camila, diciembre 2010).

La autoridad es el eje principal en la relación entre VA y Policías Municipales, y es la principal justificación para que la Policía Municipal ejerza su trabajo de una manera integral o no. Y esta autoridad está representada por la ley, la cual ampara las acciones del policía en cuanto a sus decomisos y en la defensa de sus facultades.

Fotografía #8. Decomiso de mercadería



Fuente: Grettel Araya, abril 2011

A partir de las entrevistas realizadas, se determinó que los Policías Municipales mantienen un discurso oficial frente a los vendedores, haciendo una separación de vendedor viejo y vendedor nuevo. En general, los perciben con las siguientes características: gente humilde, sin estudios, personas complicadas ya que les gusta vender ilegalmente causando problemas a los ciudadanos, descalifican sus productos argumentando que son insalubres ya que contienen excremento humano, los guardan en los caños, son ilegales y con procedencias dudosas, esto más que todo para que los consumidores no acudan a comprarles más.

“Según E. Goffman, la “teoría del estigma” es una ideología que pretende explicar la inferioridad del estigmatizado y dar cuenta del peligro que representa esa persona para la sociedad (Goffman, 1970). Citado por (Gúber, 1999:186)”.

Además tratan de implantar un sentido en los VA de competencia desleal e injusta, ya que ellos no pagan impuestos ni patentes, como lo hacen los considerados vendedores formales.

Conciben a los vendedores con menos experiencia, como más violentos que los que tienen mayor experiencia, además indican que la mayoría son migrantes, causan más problemas y abarrotan más las calles. Por ejemplo un Policía Municipal, calificó las relaciones entre VA y Policías Municipales, diferenciando a los VA por su experiencia:

“Con los vendedores nuevos es conflictivo, porque ellos aunque ven una autoridad no la respetan, el vendedor nuevo es conflictivo. La mayoría de vendedores viejos ellos saben que si uno está ahí, ellos tienen que recoger y retirarse, pero no es un contorno tan conflictivo, pero sería con la mayoría de vendedores viejos, los que tienen ya más de 20 años. Ellos ya conocen como es “el teje y maneje” de la situación en lo que es la venta ambulante” (Policía Cristián, 15/02/2011).

La relación entre el vendedor con más experiencia y el policía es más llevadera por tres razones, la primera por el estar tanto tiempo en las calles desde hace más de 10 años para la mayoría de ellos, lo que hace que las personas entre sí se habitúen y hasta compartan otros momentos e incurran en otro tipo de relaciones más personales.

La segunda es que, al concebir los policías que la mayoría de los VA con menos experiencia son migrantes, especialmente nicaragüenses, entonces automáticamente discriminan y excluyen a estas personas, por un motivo más xenofóbico que por el hecho de los que representan en realidad como VA como tales.

Por ejemplo se le preguntó a un policía, cuáles son las posibles soluciones frente a las ventas ambulantes y su situación actual, a lo cual respondió:

“Erradicar la migración, eliminando tanto extranjero en el país, no solamente nicaragüense, todo tipo de extranjero ahora está tirado con la venta ambulante, colombiano, dominicano y nicaragüenses, eliminando un poquito la migración”
(Policía Cristián, febrero 2011).

La tercera representa que los VA con menos experiencia, conocen menos las políticas y reglas implícitas de la misma calle, de alguna u otra manera, significan para los policías una sobrecarga de trabajo, al tener que realizar más decomisos y efectuar la expulsión de VA que se ubiquen en las calles y aceras.

Las versiones encontradas sobre la relación entre policías y VA son bastante diferentes, los primeros se respaldan mediante la aplicación de la autoridad, ya que se encuentra legitimada por las leyes que lo respaldan; pero los VA argumentan que esto lo ejercen mediante la represión y violencia.

Para los VA es mejor evadir la autoridad que los policías representan, para subsistir económicamente, y por este motivo se generan los enfrentamientos, ya que las dos partes luchan por defender sus intereses.

Por ejemplo al decomisar mercadería muchas veces se realiza en forma de arrebato, y según los VA esto viene cargado con violencia verbal, el uso de palabras despectivas para tratar a los VA (especialmente a las mujeres), violencia física, como cuando se dan las revueltas de VA.

Han sucedido casos de VA con quebraduras, como el de Camila que en el 2008 en medio de una serie de decomisos, no pudo escapar y un policía la apretó del brazo hasta quebrárselo, según ella de forma adrede, ya que no existía la necesidad de agarrarlo de esa manera.

Una mujer de nacionalidad nicaragüense, en otro enfrentamiento se encontraba encinta y según lo recuerda ella muy reservadamente, gracias a los golpes proporcionados por un policía, esa misma tarde tuvo que asistir al hospital de emergencia, lo que terminó en la pérdida de su bebé.

Otro hombre que en un principio se pensó era VA, pero en realidad es de los que jalan mercadería, perdió un ojo por un balín disparado en una de estas ocasiones, entre otros casos, que parecen repetirse cuando ocurren estas ocasiones, cuando la policía se enfrenta con los VA. Resultó bastante difícil poder encontrar esta noticia en un medio nacional, pero la

noticia se encontró casualmente en el periódico La Prensa¹⁴, de Managua, Nicaragua, ya que el implicado era de esta nacionalidad. La noticia indica que el día miércoles 2 de diciembre del 2009, se dio un enfrentamiento entre policías y VA, en el centro de San José, en calle 3. En medio de los decomisos y por esto el disturbio, un policía le disparó al nicaragüense Ervin José Valle Toledo, con una bala de goma, ésta le dio en su ojo y lo perdió luego de ser hospitalizado. Este día, además, hubo 13 heridos y 5 detenidos.

Los policías muy acertadamente describen la relación con los vendedores como muy tensa, según un policía al hablar de las relaciones en sí mencionó,

“es una situación de bastante choque, de mucha confrontación, porque hay unos que si son bastante agresivos, hay otros que no, pero la mayoría son extranjeros, la mayoría son nicaragüenses, y como le digo hay unos que son respetuosos y otros que no” (policía Roberto, 15/02/11).

Todos los Policías Municipales que fueron entrevistados, como lo representa la cita anterior, confirman que los extranjeros son más agresivos que otros, y recalcan siempre la diferenciación entre vendedor nacional y vendedor extranjero, especialmente a los nicaragüenses.

Por otro lado, en el discurso de los vendedores, ellos califican a los policías como un abuso de la autoridad, ya que usan su trabajo como un arma que muchas veces se torna represiva. Al hablar de su relación con la policía los vendedores realizan una serie de señalamientos, como el que utilizan violencia física y psicológica.

Según palabras de doña Esperanza, *“nos tratan como antisociales y delincuentes”* (Esperanza, febrero, 2011), no existe diferenciación entre ellos.

Los VA califican a los policías como faltos de humanismo y de educación, ya que muchas veces les faltan el respeto, y utilizan puntos débiles en ellos para degradarlos y mantenerlos bajo su sumisión.

Muchos de los policías son bastante corpulentos, altos y portan un chaleco antibalas que los hace ver aún más fornidos. Lo que intimida a más de un vendedor sumado con el arma

¹⁴ <http://www.laprensa.com.ni/2009/12/04/departamentos/9443>

que portan. Sus uniformes se encuentran bien equipados para cualquier enfrentamiento, ya que están hechos para eso, y para salvaguardar el bien físico del policía.

Los VA en cambio, portan ropa cómoda, vieja, que se pueda ensuciar ya que al estar tantas horas en las calles se deteriora fácilmente por el humo de los carros y por el tener que desplazarse rápidamente por la llegada de algún Policía Municipal y escapar de él, lo que hace necesario el uso de zapatos deportivos para correr y estar más cómodos en las calles.

Los atuendos de los VA en el caso de los hombres se compone de camisetas, pantalón o pantaloneta, gorra, zapatos cómodos tipo deportivos; las mujeres llevan blusas sin mangas, pantalones cortos o largos que pueden ser de mezclilla, zapatos bajos y cómodos.

Muchos se les observa con un bolso tipo kanguro, o un delantal en el que puedan guardar el dinero de los clientes y otorgarles rápidamente su vuelto, si es el caso. Pero en general, la ropa e indumentaria de los VA, debe ser sencilla, deportiva, y muy importante, ligera.

Por otra parte, con respecto a la violencia de género, según doña Esperanza se da la utilización de violencia sexual, ya que muchas veces cuando llevan a las mujeres a la comisaría, les tocan partes privadas de sus cuerpos, sin ellas poder hacer nada.

Cuando llevan a sus hijos a las calles, cuando no tienen quién se los cuide, ellos las amenazan con llevarlos al PANI, aunque los niños no estén vendiendo. Otros VA no concuerdan con esta situación, ya que dicen que San José, no es lugar para llevar a los niños y que estén tantas horas, “*viendo cosas que no deben de ver a estas edades*” (La Machita, 2011).

En algunos casos, se dan relaciones de negociación en donde los policías y VA realizan acuerdos, como por ejemplo el pago de dinero para dejar que los VA vendan en las calles tranquilamente sin el peligro de algún decomiso.

Esto se da más que todo con los VA que venden cosas usadas, en un costado del Mercado Central. Los VA de frutas y verduras muchas veces también realizan este tipo de negociaciones, ya que en estas calles la supervivencia de la actividad económica es fundamental.

Vendedores de comercios formales

Existe una gran cantidad de tiendas en estas calles, con mucha variedad de productos y servicios. Lo que hace pensar en la gran cantidad de clientes de esos mismos establecimientos (y de otros cercanos) y empleados, quienes poseen relación diaria con los VA de estas calles.

Según los VA algunas veces poseen una relación de dependencia con los vendedores de comercios formales, ya que el VA cuida que no ocurra ningún asalto o robo en el negocio y vigila las personas sospechosas. El vendedor formal a cambio, le da otros favores como el poder estar frente al local vendiendo sin acusarlos con la Policía Municipal, y además algunas veces cuidan a los hijos de los VA y les ayudan a almacenar sus pertenencias dentro del establecimiento.

Muchas veces tales relaciones se convierten en afectuosas ya que según doña Esperanza:

“A veces ellos cuidan a mis chiquitos, podemos dejar las cosas en la tienda, y a cambio nosotros les cuidamos el negocio desde afuera” (Doña Esperanza, noviembre 2010).

En otros casos, según Laura, les regalan ropa para los familiares de los VA, les otorgan regalos de navidad a sus hijos y llevan a comer a éstos, mientras sus padres se quedan trabajando.

Estas relaciones afectivas pueden contener sentimientos de lástima, tal vez por eso le dan mucha importancia y atención a los niños de los VA.

La relación entre ambos actores se muestra ambivalente, ya que al preguntarles a los vendedores formales sobre la opinión de las ventas ambulantes, los entrevistados respondieron que por un lado no están de acuerdo porque no pagan impuestos como ellos, y que existen delincuentes detrás, viéndolo desde un punto de vista más abstracto, pero que a la vez, cuando los conocen y estableces relaciones más de tipo personal, argumentan que muchos necesitan comer y ese es el único sustento que pueden llevar a sus familias.

“Vea es que en parte estoy de acuerdo y en parte estoy en desacuerdo por que diay ellos le roban comercio a la gente que si paga impuestos y ellos no pagan impuestos, y deberían de

buscar trabajo de otro tipo, yo se que aquí no hay trabajo pero bueno” (Vendedor formal Eduardo, febrero 2011).

Entonces, se dan cuenta de que si bien, puede existir delincuencia, también, hay personas que no lo son. En eso se funda la ambivalencia, en enfrentar un discurso oficial que dice que no deben existir VA y que son delincuentes, y en la realidad de la vida cotidiana, en donde ambos grupos establecen relaciones, se conocen y saben las necesidades de unos y otros, la opinión es distinta.

“A mí me parece que es bueno (las ventas ambulantes) por que muchos son vendedores y uno los ve trabajar día y noche, pero hay otros se dedican a asaltar, entonces me parece que es mejor quitarlos” (Vendedora formal Virginia, febrero 2011)

Asimismo, existe una relación de competencia, puesto que algunas veces venden los mismos productos que los VA. Los vendedores establecidos argumentan que los vendedores les quitan clientes, por sus productos a menores precios, por la obstrucción de las calles y por que para los clientes es más fácil comprar los productos fuera en la calle que entrar a una tienda a comprarlo.

Los VA venden sus productos más baratos porque el precio de su mercadería no se ve determinado por los costos fijos, como el pago del alquiler del local, el gasto de servicios como agua, luz, teléfono, las instalaciones, la depreciación de sus bienes, entre muchos otros, en los que si incurren los comercios formales.

Por las razones antes expuestas, los vendedores establecidos plantean como mejor solución llevar a los VA a un mercado, donde paguen impuestos como ellos y dejen libres las calles. El sentido de solidaridad lo demuestran en el deseo de no eliminarlos, sino en buscar su equiparación.

Vendedores de kioscos

Los kioscos son los pequeños establecimientos situados en las calles, pertenecen a personas físicas que cuentan con una licencia municipal y pagan trimestralmente un tributo para ejercer la actividad comercial en lugares fijos (Campos, 2002:3), la mayoría de los

ubicados en el centro de la capital venden productos comestibles como frutas, verduras y legumbres, o galletas, cigarrillos, refrescos, chocolates, confites; otros venden ropa y accesorios como lentes de sol, prensas para el cabello, etc.

En las cercanías de las calles 6 y 8 los kioscos se encuentran situados cerca de las esquinas en cada cuadra. Sus dimensiones son 2.8 metros de largo y 1.0 metro de ancho, son hechos de madera o metal.

Según fuentes de la Municipalidad de San José, en el 2002 tenían contabilizados 276 patentados estacionarios en todo el cantón, regulados por la Ley 6587. La mayoría se encuentra en los distritos del Hospital con 83, la Merced con 75, el Carmen con 50 y la Catedral con 49.

Los vendedores de los kioscos se vinculan con otras personas, como por ejemplo con los jaladores, que son los que transportan la mercadería desde los camiones que llegan a las cercanías del mercado Borbón, y los llevan por medio de una carretilla a los diferentes kioscos. Sus clientes les otorgan un pago por la actividad de aproximadamente 2000 colones.

Actualmente es muy difícil conocer cuántos jaladores laboran en las cercanías del centro de San José, pero se calcula que son aproximadamente unos 10 los que trabajan de una forma más fija, ya que algunos realizan esta actividad pero luego se desempeñan en otras labores en las calles.

Fotografía#9. Jaladores en San José



Fotografía #. Fuente: Grettel Araya, abril 2011

Los vendedores de kioscos necesitan más productos para la venta que los VA, además, tienen espacio para guardar mercadería, necesitan de un sistema que pudiera llevar esa cantidad de productos diariamente y trasladarlos hasta sus lugares de trabajo.

Las relaciones sociales que poseen los VA con los vendedores de kioscos, se caracterizan por la competencia, ya que se encuentran en las mismas calles, vendiendo los mismos productos y disputando la misma clientela. La competencia se siente latente, más si los VA venden sus productos a un menor precio que los vendedores de kioscos.

Una de las entrevistadas que trabajaban en el kiosco, respondió con respecto a la situación de los VA:

“Diay es dura para ellos porque la municipalidad no los deja trabajar, pero el problema que digamos, el caso de mi suegra que tiene un chinamo y uno lo trabaja aquí, uno tiene que pagar patente y todo, en cambio ellos no, eso, la gente no entiende que tal vez ellos, diay es cierto los corren pero es porque ellos no tienen que pagar nada” (Vendedora kiosco Diana, febrero 2011).

Los kiosqueros manifiestan que es bueno que la Policía Municipal corra a los VA (recalcando que siempre y cuando la policía no ejerza algún tipo de violencia), por que las calles se encuentran saturadas de vendedores, además porque ellos deben realizar pagos periódicos de impuestos, lo cual los VA no hacen.

Otro tipo de relación que mantienen ambos grupos es la de afinidad, ya que comparten que muchos de ellos fueron con anterioridad vendedores, o lo fueron sus papás o familiares en general; además, comparten el estar siempre en las calles vendiendo, bajo el sol o la lluvia, frío o calor y otro tipo de condiciones. Por estas razones, se hacen amigos entre ellos y ven la situación de una forma más solidaria, ya que sienten que ellos también poseen familias, las cuales necesitan mantener.

Esta relación también es de confianza, ya que al generarse estos lazos de amistad, las relaciones se tornan personales, y entre ellos pueden llegar a contarse experiencias diarias, conflictos personales y familiares, problemas económicos y sentimentales. En algunas ocasiones, si los vendedores de kioscos deben abandonar su pequeño local por un momento y no quieren cerrarlo, los VA lo cuidan de robos; asimismo, los vendedores de kioscos les avisan si logran divisar a la Policía Municipal.

“Nosotros tenemos muchas amistades que son vendedores ambulantes, igual nos hablamos, más bien a veces por medio de ellos uno se da cuenta que hay

mercadería más barata en otro lado, y ellos le avisan a uno, entonces la calificaría como buena” (Vendedora Kiosco Diana, febrero 2011).

Esto lo relataba uno de los vendedores de kioscos, al preguntarle sobre la relación entre ellos y los VA. Entre ambos grupos, se comparte información de dónde los productos se encuentran más baratos y de mejor calidad, teniendo así una relación bastante cordial y solidaria en la mayoría de los casos.

Fotografía #10. Kiosco en San José



Fuente: Grettel Araya, abril 2011

Clientes

Para el VA los clientes más importantes son los “compradores omniscientes”, como los llama Conrado, ya que según él, lo llamativo de vender en las calles, y lo que borra los pormenores que se viven en la ciudad diariamente son este tipo de clientes, que corresponden a que algunas personas que transitan por San José, no tiene como principal objetivo comprar algún producto, si no que son simples transeúntes.

Las personas al transitar por las calles para realizar mandados, ir a sus trabajos o lugares de habitación, observan que un VA se encuentra vendiendo algún producto, y en ese instante crean la necesidad de obtenerlo, como una especie de recordatorio o bien por gusto del artículo, y es así que lo adquieren, sin tenerlo previamente pensado.

Para Conrado el 90% de los compradores son “omniscientes”, y por este motivo es que las ventas ambulantes actualmente siguen siendo una forma de vida, para subsistir

económicamente, más que todo para los que no poseen estudios para conseguir otro trabajo, de tipo formal.

Según los clientes de VA entrevistados, ellos compran a los VA por cuatro principales razones:

- Solidaridad de clase: los compradores en general pertenecen a una clase social semejante a la de los VA, viven en los mismos lugares, tienen a sus hijos en las mismas escuelas, compran en los mismos supermercados, por lo que argumentan que se debe tener solidaridad con ellos, ya que trabajan honradamente y poseen recursos limitados como ellos.
- Solidaridad migrante: así como existen vendedores migrantes, también hay compradores migrantes. Explicaba un comprador que él acude a comprar a los VA por solidaridad, ya que se encuentran en situaciones semejantes y prefiere ayudarles comprando sus productos:

“Yo opino que, bueno yo soy extranjero y defiendo mi gente, yo opino que deberían de darles un espacio o cobrarles un dinero para que ellos puedan defenderse... por que hay que cooperar porque ellos son desempleados y están tirados a las calles y es una forma de ayudarles” (cliente Rodrigo, 15/02/2011).

- Productos más baratos: los productos son más baratos, ya que las ganancias no deben de repartirse entre muchos, ni habilitar otro tipo de costos. Además, los VA deben vender a precios bajos ya que el grueso de sus clientes son de clase media baja y baja, y si fuera de otra manera, los perderían.

Por ejemplo, según la página del Consejo Nacional de Producción (CNP)¹⁵, los precios sugeridos de la feria del agricultor, la cual se ha caracterizado por poseer precios bajos para la población del país en general, para el día 26 de febrero del 2011, coloca al chile dulce a 125 colones la unidad, mientras que Lucía, vendedora ambulante de las calles 6 y 8, vende la unidad de chiles a aproximadamente 46 colones, en una promoción de 15 chiles por 700 colones. Si se vendieran 15 chiles a 125 colones, costaría en total 1875 colones, con un porcentaje de diferencia de 63,2%. La gente se ahorra esta cantidad de dinero.

¹⁵ www.cnp.go.cr/index.php?idS=1&idM=10

Estos elementos contribuyen a romper el punto de equilibrio del mercado “formal”, lo cual causa descontentos en quienes ejercen este tipo de economía.

- “Comprador omnisciente” como lo mencionaba Conrado anteriormente, los mismos clientes afirmaron, que les queda más fácil comprar sus productos en las calles, y más si andan con prisa.

Los clientes entrevistados expresaron que existen, además, dos tipos de VA, los que trabajan honradamente y los que no. Un comprador expresaba el siguiente dicho: “*en río revuelto, ganancia de pescadores*” (cliente Rodrigo, 15/02/2011); para ellos existen muchos VA que efectivamente se ganan el sustento vendiendo diariamente de una forma honrada y sin hacer ningún daño, pero existen otros que perjudican a los demás VA, los cuales se escudan vendiendo algún tipo de producto para ofrecer drogas u otras mercaderías ilícitas y robarle a las personas. De esta forma se daña la imagen del VA en general.

Con respecto a las relaciones sociales entre VA y clientes, se muestran diversas, entre ellas se encuentra la relación de afinidad, dentro de la solidaridad de clase y la solidaridad migrante, no se ven tan alejados de los mismos VA, y los ven con un rostro más humano y menos mercantil.

También se encuentra la relación de complicidad, para el VA como el comprador, se encuentran realizando una transacción ilegal, lo sientan ellos o no, explícita o implícitamente, les importe o no. Pero este sentimiento de ilegalidad, es nutrido por la Municipalidad de San José, por los Policías Municipales y por algunos ciudadanos, pero no parece ser el de los compradores.

Ninguno de los entrevistados manifestó ser parte de la ilegalidad vinculante a la transacción de bienes por dinero, por parte de los VA. Ni se percibieron reacciones, actitudes o sentimientos de culpa o nervios, cuando se efectuaban las compras.

Como expresa Policastro, “los “bienes” que se intercambian son tanto materiales como simbólicos y operan como legitimadores de la venta ambulante” (2005:2). Lo que se desmitifica en el momento de la compra por parte del cliente, la ilegalidad que se quiere implantar a la población sobre las ventas ambulantes.

Esta relación muchas veces se torna en confianza cuando los compradores se vuelven fijos y ven periódicamente en las calles a los VA, les compren o no. Así, transforman la relación en lazos de amistad y, según relataba doña Esperanza, cuando se encuentran se

detienen a conversar, a confiarles sus problemas y a intercambiar sus vivencias y anécdotas, más que todo de mujer a mujer.

Fotografía #11. Los compradores



Fuente: Grettel Araya, abril 2011

Por estas relaciones de confianza y amistad, los compradores no se encuentran de acuerdo con las acciones que realizan los Policías Municipales y menos cuando se tornan violentas. Todos los clientes entrevistados, expresaron que la policía muchas veces no mide sus capacidades y son muy violentos al despojarles sus productos para la venta.

“Si estoy de acuerdo con que existan las ventas ambulantes, por que cuando ellos están ahí, tienen que salir corriendo y agarrar toda la mercadería y un desmadre, a veces la pierden, y una vez a una señora todo se lo quitaron y malos son” (Cliente Yahaira, febrero 2011).

Por último, la relación que existe entre VA y compradores es de dependencia, mayormente de los primeros hacia los segundos, ya que sin estos últimos ellos no seguirían vendiendo en las calles, y buscarían otra forma para vivir.

Pese a la campaña de la Municipalidad de San José por deslegitimar los productos que ofrecen los VA, las personas siguen realizando sus compras, y más bien, los VA han aumentado. Lo que significa que las ventas no son escasas, y muchos deciden quedarse o insertarse en este mundo ambulante.

En cierto modo los compradores pueden, igualmente, llegar a depender de los VA, por lo descrito anteriormente de sus productos a bajos precios y por la cercanía de los VA, ya que al caminar a sus trabajos o hacia las paradas de autobuses, ahorran tiempo para comprar los productos para la comida en sus casas.

Transeúntes

A las personas que transitaban o se encontraban sentadas en sitios de las calles 6 y 8 del centro de San José, se les realizaron entrevistas abiertas, además de observaciones durante todo el periodo de trabajo de campo, sobre las relaciones sociales y seguidamente acerca de la exclusión social.

Se les preguntó en primera instancia a tres personas, si ellos eran compradores de los VA, lo cual la totalidad de los entrevistados respondió con un no bastante imponente, y las razones que dieron fueron las siguientes:

- No se pueden devolver los productos si se encuentran dañados o si el cliente presenta algún reclamo.

“No, porque después cualquier cosa que uno tenga que reclamar, aquí uno no los vuelve a ver, en cambio en una tienda uno va y sabe que cualquier cosa puede reclamar ahí” (Transeúnte Ester, febrero 2011)

- No quieren participar en la ilegalidad del comercio informal.

“No, por que consumen la economía informal, y por que hacen mucho desorden, hacen presas en la avenida, debería de regularse un poco, lo que pasa es que es irregular” (Transeúnte Mauricio, febrero 2011)

- Creen que los productos son de proveniencias dudosas

“A veces veo productos que son llamativos, más cuando uno es papá, pero no me llama la atención comprarlos por toda la problemática que existe detrás de ellos, hay gente que los maneja que son mayoristas, la mercadería es hasta contrabandeada, entonces no me gusta participar comprando” (Transeúnte Mauricio, febrero 2011)

- No están de acuerdo con las ventas ambulantes porque generan caos en la ciudad.

“Eso es una situación de ellos, que a mi no me agrada para nada, porque afean la ciudad, la desordenan y hay mucho contrabando de mercadería entre otras cosas” (Transeúnte Francisco, febrero 2011)

Pero aparte de esto, ellos manifestaron que muchos son personas humildes que deben de trabajar de algún modo y que, parte de la culpa del desorden en la capital, es de la Municipalidad de San José, que no se organiza bien, ya sea dándoles un espacio físico real donde puedan vender pero en el mismo lugar donde lo hacen ahora y no tan alejado como se quiso en un principio.

“Creo que la Policía Municipal está también un poco desordenada, porque no está en todas las áreas de la avenida, si estuviera más controlado tendrían que migrar a otras zonas, hay desorden también de la policía, también es un gremio muy difícil de manejar, no es tan fácil controlarlo y no es eliminable al cien por ciento” (Transeúnte Mauricio, febrero 2011)

Además, los transeúntes observan a los VA como uno de los problemas más grandes que enfrenta hoy en día San José, y en general la ciudad, ya que se generan bastante revueltas donde muchos salen heridos, detienen la economía formal y la cotidianidad por bastante tiempo, representan la injusticia para el comercio formal, ya que no pagan impuestos, ni el Seguro Social.

Por su parte, los VA manifiestan que en general ellos poseen una buena relación con los transeúntes, muchos aunque nunca les comprenden son amigos, se saludan diariamente, se detienen a conversar con ellos, ya que van a sus lugares de trabajo o a realizar mandados.

Relataba Doña Esperanza:

“muchas veces las relaciones son buenas y otras veces son malas, muchas personas pasan apresuradas y nos gritan cosas, sin tener tolerancia, y hay unos que les responden de la misma manera, otros no les dicen nada” (Esperanza, enero 2011).

Se puede deducir que las relaciones entre VA y transeúntes, son bastante relativas y el espacio del tiempo entre ellas, es más corto que el de las demás relaciones con los anteriores actores urbanos. Tales relaciones presentan dos vertientes bastante diferentes y relativas, tomando en cuenta que surgen de experiencias de corta duración e inestables, y son las de la autoridad por un lado y afectivas por el otro.

Las de autoridad, de algún modo por que los transeúntes defienden su derecho de transitar por las calles, lo cual lo reclaman reiteradas veces, ya sea de una forma pasiva o de confrontación. Las afectivas ya que se generan, como anteriormente se explicaba, relaciones donde existen experiencias previas entre VA y caminantes, lo que muchas veces genera relaciones de amistad y aproximación entre ambos grupos.

Relaciones entre Vendedores Ambulantes

El conocer cómo se manifiesta la sociabilidad como grupo se presentó como muy importante y enriquecedor en la investigación, puesto que además de existir varias distinciones entre ellos, también se suscitan relaciones que ayudan a entender mejor el entorno.

Entre los VA se pueden observar más tipos de relaciones sociales y sus vertientes, ya que son un grupo que convergen diario, más de 10 horas como lo hace la mayoría. Poseen más características sociales, culturales, económicas y personales, similares entre sí.

Cabe destacar que existen diferenciaciones entre los VA, las más sobresalientes son los que tienen más y menos experiencia, y los que son nacionales y los extranjeros.

Para los que tienen más experiencia, muchos de sus familiares les heredaron el oficio desde pequeños, por lo tanto poseen más de 15 años de estar en las calles vendiendo.

Se caracterizan por poseer una red familiar dentro de las ventas ambulantes. Tienen una organización mejor delimitada y más estructurada. Por lo tanto son personas más reconocidas

por las demás personajes de las calles, como los clientes, transeúntes, policías, proveedores, indigentes, comerciantes, vendedores de kioscos, y por ende poseen vínculos más estrechos.

Tienen sus clientes fijos, con los cuales comparten anécdotas, vivencias y hasta sus propios problemas.

Los vendedores con menos experiencia, poseen escaso tiempo de estar en las calles, poco menos de 5 años. Puede ser que sean jóvenes o adultos desempleados que no conseguían un trabajo formal, o los desplazaron de sus antiguos puestos, personas sin estudios que se les dificulta conseguir un puesto fijo, o bien, migrantes principalmente nicaragüenses y hondureños (Barrantes, 2008:46).

Estas diferenciaciones son evidentes dentro de los VA, y ellos dependiendo de su cercanía, personalidad y experiencias, logran aceptar al vendedor como tal o lo pueden excluir de alguna manera, explícita o implícitamente.

Un ejemplo del primer caso, lo que representa también la relación de competencia, es el de Conrado, lo cual él llamó “mejoras al negocio” de una forma pícaro, pero real. Su estrategia consistió en llegar un día mucho más temprano de lo habitual y que los demás VA, y pintar las aceras de color amarillo, menos un solo espacio de unos dos metros en frente de la entrada esquinera del Mercado Borbón, el cual ha sido su lugar de trabajo por muchísimos años. Esto porque según nos explicaba, después de fin de año, llegaron muchos nicaragüenses a trabajar en las mismas calles donde él lo acostumbra hacer, y como resulta bastante difícil echarlos, entonces optó por tomar esa medida, diciéndoles a los nicaragüenses que eso lo había hecho la Comisión Nacional de Emergencias, que al realizar un estudio decidió pintar la acera para que en las áreas que fueran de color amarillo no se establecieran VA, solamente en el espacio que se dejó en blanco se podían quedar uno o dos VA, donde actualmente se sitúa él.

Al ser un espacio urbano y público, la calle no puede ser de nadie, y los Policías Municipales están presentes para recordarlo siempre, por lo que ellos no se sienten con el derecho de defender su lugar de trabajo mediante violencia explícita, sino que se trata de buscar otras estrategias como la anterior para remediar esta situación de competencia.

Esto refleja las diferentes estrategias que toman los VA que no están de acuerdo con la llegada de migrantes a vender, pero más que todo de que exista una sobrepoblación de vendedores, ya que el problema se hace más latente con tantos VA, y de esta manera habrán

más policías rondando por esas áreas, y por otro lado, la competencia de clientes, se hace más dura.

Indiscutiblemente existe una marcada xenofobia de parte de los vendedores nacionales, hacia los migrantes, ya que se hacen diferenciaciones entre ellos mismos, y los nacionales muchas veces utilizan un lenguaje despectivo para referirse a los vendedores extranjeros, en especial los nicaragüenses. Además los vendedores costarricenses se acreditan el derecho de las calles, oponiéndose a la llegada de migrantes a las ventas ambulantes.

Por otro lado, doña Esperanza plantea que para ella no hay problema con que hayan más vendedores y que estos sean migrantes, porque ella reconoce la pobreza y siente lástima más que todo por los nicaragüenses que tienen vidas bastante difíciles y deben de huir de la pobreza e injusticia que su gobierno les proporciona, y por lo tanto cree que sería muy inhumano despreciarlos aquí también. Además, si alguno carece de un lugar donde vivir o no tiene para su alimento diario, ella nos afirmó que entre los mismos vendedores buscan como socorrerse, sean ticos, nicas, colombianos, etc. o vendedores con más o menos experiencia. Lo que refleja el sentido de solidaridad y afecto entre ellos.

Esta relación de afinidad se da al pertenecer a un mismo grupo de trabajo, estar en las mismas calles, con la misma organización, compartir clientes, proveedores, muchas veces los mismos alimentos, la problemática de ser ilegales en su trabajo, tener que huir de los policías, la mayoría de las veces la misma situación económica, y hasta pueden llegar a compartir las mismas esperanzas, anhelos, sueños, angustias y problemas.

Asimismo, podemos observar entre ellos la relación de afectividad que poseen, ya sea por la misma afinidad o por relaciones familiares como se explica en el capítulo V.

Muchas veces se han dado casos como el de Doña Esperanza, de conocer a su pareja sentimental en las ventas ambulantes, o bien como el de Laura, quien vender con su esposo e hijas. Esto que presupone que las relaciones son bastante afectuosas, pero también existen relaciones de amistad y solidaridad, que se expresan diariamente mediante bromas, consejos, relatos, rumores, entre otros.

Este tipo de relaciones vienen acompañadas unas con otras, por ejemplo la de confianza, ya que en el sentir diario de los VA, se percibe un aire de compañerismo y confianza que se expresa dentro de la organización de los VA y generan constates estrategias y mecanismos para enfrentar los pormenores de las ventas ambulantes y el entorno.

Por último y no menos importante, la relación de complicidad, es clave dentro de su organización y en su forma de llevar la vida ambulante.

El hecho de ser VA ya los hace entre ellos ser cómplices, visto desde los ojos de la Municipalidad de San José, y el sentimiento que se les quiere implantar realizando operativos y decomisos, y los hace pertenecer en un círculo mafioso si se quiere decir, para muchos.

Son cómplices en su forma de organizarse, en huir al escuchar un grito de ¡Hojas secas!, en las revueltas de las calles para defender su objetivo principal: mantener activa su economía mediante la venta ambulante, lo que para ellos no representa ilegalidad.

A manera de síntesis, se presenta el siguiente cuadro para comprender las relaciones expuestas con anterioridad. Se encuentra definido por el tipo de relaciones y su vínculo con una posible exclusión o inclusión social.

Cuadro No #5. Síntesis del tipo de relaciones que establecen los VA con las personas que están y circulan por la calle 6 y 8

+

	Tipos de Relaciones					
	Relaciones Sociales					
	<i>VA – Policías Municipales</i>	<i>VA – Vendedores Formales</i>	<i>VA – Vendedores Kioscos</i>	<i>VA - Clientes</i>	<i>VA - Transeúntes</i>	<i>VA – VA</i>
Represión	x					
Autoridad	x				X	
Xenofobia	x				x	x
Conflictivas	x					
Negociación	x					
Competitivas		x	x			x
Dependencia		x		x		
Complicidad				x		x
Confianza		x	x	x		x
Solidaridad		x	x	x		x
Afinidad			x	x		x
Afectivas		x			x	x

Exclusión Social

- **(Inclusión Social)**

Conclusiones

Los espacios de la exclusión social

Al establecer opciones comprensivas en cuanto a las relaciones sociales de los VA, en un principio lo que se piensa es en la exclusión social, ya que por medio de las conversaciones con las personas, las noticias y opiniones hechas por los medios de comunicación, entre otras que la investigadora ha experimentado personalmente, se quiso poner a prueba este tema en especial y ver los niveles de exclusión social y si existe o no.

Los Policías Municipales son los que se comprobó integran mayormente esta condición de excluyentes, más que todo porque son la representación del sistema.

Pero con respecto a los demás actores sociales, que corresponden a la sociedad civil, se evidenció que si existe una parte de esa exclusión social, pero que como se explicará más adelante, también existe gran parte de una inclusión social en estas personas y hasta se logra ver en los mismos Policías Municipales.

La exclusión social posee varias dimensiones de tipo cultural, social, económico, legal, que determinan la condición de un individuo o grupo social.

Estos no se encuentran vinculados con la cultura dominante en algún o algunos aspectos de sus estipulaciones, lo que lleva al individuo a diferentes espacios determinados por la exclusión social.

Castells (2001) define la exclusión social como:

“... el proceso por el cual a ciertos individuos y grupos se les impide sistemáticamente el acceso a posiciones que les permitirían una subsistencia autónoma dentro de los niveles sociales determinados por las instituciones y valores en un contexto dado... De hecho, la exclusión social es el proceso que descalifica a una persona como trabajador en el contexto del capitalismo”
(Castells, 2001:98) citado por (Jiménez, 2008:178)

La exclusión posee varias dimensiones, dentro de las ventas ambulantes la principal causa es la *(i)legalidad*, ya que como lo mencionaba Castells, se descalifica al trabajo dentro del sistema capitalista, puesto que no se encuentra incorporado dentro del sistema de derecho y es percibido como delito.

Por lo tanto la forma más importante de exclusión social en VA es, ilegalizarlos, descalificar y estigmatizar su trabajo, mediante la constante persecución de los mismos en las calles de San José y el decomiso de su mercadería.

Los medios de comunicación y la Municipalidad de San José identifican a este grupo social como personas inmersas en la pobreza, sin educación por lo que deben laborar como VA. Lo que algunos automáticamente excluyen dentro de su entorno, ya que los califican como personas complicadas, que no les gusta pertenecer al sistema formal económico y que por lo tanto están en las calles vendiendo ilícitamente y algunas veces delinquiendo.

En la dimensión socio-cultural, la exclusión hacia los VA se hace presente más que todo en el manejo de la información por parte de los medios de comunicación, los cuales son reproducidos por algunas personas de la sociedad y por lo tanto los discriminan y no les compran sus productos.

Los Policías Municipales clarifican el uso de exclusión mediante los actos de represión y violencia física, psicológica y moral hacia los VA. Lo que se manifiesta tanto como en su discurso, el cual es un reflejo de la posición de la municipalidad, como en su accionar:

“Lo que pienso es que, la jefatura nos ha dado una misión que es de regular las ventas ambulantes, porque no es justo que hayan patentados que tengan que cada mes tienen que pagar, una cantidad de dinero, en empleados e igualmente en otros impuestos, para los vendedores es muy sencillo ponerse en media calle y no pagar ningún tipo de impuestos. A parte de eso también le favorece mucho al desorden y a la delincuencia, muchos se escudan bajo una manta de vendedor y realmente lo que está haciendo es otro tipo de actividad” (Policía Roberto, febrero 2011)

En los discursos de la Policía Municipal se habla de la relación entre VA y delincuente o narcotraficante, como en el anterior. Lo que se transcribe en la exclusión hacia los vendedores no

sólo por su condición de trabajo ilegal, sino también una comparación que generaliza completamente a los VA, discriminándolos con la población.

Los VA al ser perseguidos constantemente por los policías, escondiendo su mercadería y huyendo en las calles de San José centro con decenas de espectadores observándolos y susurrando sobre la situación, se sienten como esos delincuentes que la policía y los medios de comunicación dicen ser, ya que son tratados como tales.

“Nosotros nos sentimos como ladrones, escondiéndonos de la policía, revisando que no estén cerca, como si estuviéramos haciendo algo malo” (La machita, abril 2011).

Ejemplos como el anterior fueron expresados numerosas veces por lo VA, ya que ellos identifican las leyes que los vinculan ilegales, como creadoras de estigmatización en su trabajo y discriminantes.

Por lo tanto,

“el “marginado” aunque esté articulado dentro del sistema social mayor desde su posición subordinada, desempeña un papel pasivo, transformándose en un mero receptor de las pautas dominantes, que lo determinan y condicionan de manera absoluta” (Gúber, 1999:178).

A los VA no les queda más que adaptarse a las estipulaciones de la municipalidad, sentirse ilegales, esconderse y huir si quieren seguir trabajando dentro del comercio popular.

Otra forma de exclusión por parte de la policía mediada por la municipalidad, es el de deslegitimar al vendedor, calificándolos de insalubres e ilegales. Lo cual evidentemente está dirigido a la población consumidora.

Se le hizo la pregunta a un policía sobre qué se hace con la mercadería decomisada, a lo cual respondió:

“En un tiempo pasado se estuvo donando a centros de niños, como los CENCINAI, lugares como salvando al alcohólico, un lugar que hay donde hay personas con sida, se les estuvo donando; pero el ministerio de salud lo prohibió, por cuestiones que ellos tienen la mercadería muchas veces donde hay bastante excremento humano, si se les cae la mercadería en los caños, lo que hacen es que la juntan y la vuelven a vender” (Policía Cristián, febrero 2011).

No importa cuántos productos se pierden y se desperdician destruyéndolos o botándolos a la basura, con el acto de destrucción se busca dejar en claro que no son aptos para la población. Lo que deslegitima el material con el que el VA trabaja y por lo tanto su actividad laboral, y satanizan sus productos, haciendo lo mismo con la figura del VA.

La relación VA y Policía Municipal claramente es tensa y desafiante. La máxima expresión de exclusión social en estas calles estuvo representada por esta relación, aunque con diferentes matices.

La calle como testigo de una inclusión social

Del dicho al hecho hay una gran diferencia, ya que en conversaciones abiertas con las personas se maneja este tipo de discursos, como el que los VA son delincuentes, vagos, ilegales, entre otros, pero estando en las calles y a partir de una experiencia real, no se percibe esto en la práctica.

Los transeúntes se observan de alguna forma acostumbrados a los VA, en su gran mayoría caminan por las calles sin mencionar algo de ellos, o hacerles un menosprecio. Son muy pocas las ocasiones que ocurre esto. Por lo menos dentro del trabajo de campo realizado, nunca se visualizó algún tipo de estas conductas, por el contrario, cuando se entrevistaba a los VA, se dieron algunas ocasiones en que las personas si les compraban o iban de paso mantenían algún tipo de conversación, de la cual se referían a temas cotidianos, y además conocían a los VA, lo que indicaba que anteriormente existieron interacciones entre ellos.

En otras palabras, la exclusión efectivamente si se encuentra presente en los diferentes actores del centro de San José, pero de diferentes maneras.

Con respecto a los demás actores sociales, integrados por los vendedores formales y de kioscos, clientes y transeúntes, percibimos que en el discurso de los mismos si existen aseveraciones propias de la exclusión social (principalmente en los transeúntes), pero que en la práctica, en las calles no se encuentra evidenciado.

Por ejemplo una vendedora formal al entrevistarla sobre su opinión de los VA dijo:

“ellos son la escoria, es casi que la última parte de lo que queda en este país”
(Vendedora formal Patricia, febrero 2011).

Refiriéndose propiamente a los VA y haciendo alusión a que son personas sin educación y que lo único que les queda es vender en las calles. Pero por otra parte haciéndole preguntas más específicas y por medio de la observación, se pudo contrastar que su relación con los mismos VA que se encuentran al frente del negocio, no es mala. Ella mantiene conversaciones diarias con ellos, y calificó la relación como buena.

Así, cuando se expresa un sentimiento u opinión frente a este grupo social, se realiza de forma negativa, pero en la práctica las relaciones sociales, y muchas veces el convivir diariamente con los VA, estas se vuelven de amistad, confianza, cordialidad.

En los vendedores de kioscos, su malestar principal, es sobre la competencia, por esto algunas veces ratifican las acciones de la Policía Municipal, pero igualmente sin el uso de la violencia:

“Por ejemplo a nosotros como vendedores patentados, como nos dicen, la muni nos esté... me entiende, yo me acuerdo que hace 15 años uno llegaba y esto estaba lleno de vendedores, usted tenía sus productos aquí y era mucha competencia, por que los precios eran muy variados, entonces la gente tenía muchas opciones, ahora uno tiene acá un lugar más cómodo, más barato que el mercado y la muni lo que hace es regular esto. Pero a lo que no voy es también a la violencia, ósea ambos lados, no solo por un lado, la vez pasada hubo un tumulto ahí y a un muchacho le sacaron un ojo de un “balinazo”, la Policía Municipal le dio con un balón, entonces le sacaron un ojo, y el estaba ahí de “peloterillo” pero en realidad vendedor ambulante no era, era más que todo jalador y paso eso” (Vendedor kiosco José, febrero 2011).

Los diferentes personajes de la capital, no solamente los vendedores de kioscos, transmiten un sentimiento de que las ventas ambulantes se deben regular, pero que deben de haber mejores planes por parte de la Municipalidad de San José sin, precisamente, utilizar la violencia.

Nadie está de acuerdo con la utilización de estas formas represivas, pero concuerdan que al igual los VA se defienden de igual manera, lo que provoca que se den disturbios y que ambas partes se defiendan pero no de la mejor manera. Y es cuando los medios de comunicación masiva logran informar por medio del amarillismo, y se estigmatiza al VA consecuentemente de su exclusión por medio de leyes y acciones sociales.

Otra variante de la exclusión en los VA, fue interpretada muy claramente por uno de los clientes entrevistados, ya que como se mencionó con los Policías Municipales, se tiene la creencia que los VA son delincuentes, narcotraficantes entre otros, pero las personas hacen una diferenciación:

“Yo opino que, bueno yo soy extranjero y defendiendo mi gente, yo opino que deberían de darles un espacio o cobrarles un dinero para que ellos puedan defenderse. Imagínese que a cómo puede haber gente vagos, puede haber gente trabajadora que necesitan llevarle el sustento a su casa y tienen hijos, y puede ser que haya gente decente vendiendo y gente por hacer maldades” (Cliente Rodrigo, febrero 2011).

Así que, a como existen muchas generalizaciones acerca de los VA, también hay gente que logra separar a los VA de estos estigmas perjudiciales, pero es ineludible que esta percepción está en la mayoría de los actores que conforman este capítulo.

Los VA en general no se sienten excluidos por parte de las personas de la sociedad civil, más bien narran diferentes experiencias con clientes, transeúntes y los demás vendedores.

Pero con los Policías Municipales si describen los actos en contra de ellos, experiencias de violencia, describen el acto de huir para prevenir un decomiso que los deja sin el ingreso de ese día.

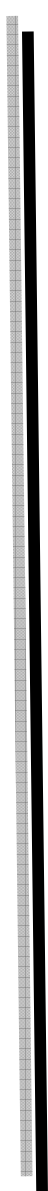
En cuanto a la relación entre VA, si se percibe una gran tensión con respecto a vendedores nacionales y vendedores extranjeros, especialmente los nicaragüenses. Lo que hace alusión a una exclusión por su nacionalidad.

Muchos VA costarricenses, se quejan de la gran llegada de nicaragüenses y el cómo han abarrotado las calles, de cómo les han quitado el trabajo, describen que ellos no llegan solos sino que vienen acompañados de sus familias, y todos sus miembros venden en las calles, y que en un pasado a los VA nicaragüenses les otorgaron más patentes para vender en los diferentes mercados.

Una de las personas que comparte la calle con estos migrantes es la machita, quién cada vez que tiene la oportunidad se queja de esta situación:

“ellos (refiriéndose a los nicaragüenses) ahora llegaron y ocuparon las calles vienen cada vez más y más, y eso nos hace a nosotros más evidentes en las calles y perdemos mucha clientela, a los que estamos aquí desde hace más tiempo” (La machita, marzo 2011).

Evidentemente el excluido con anterioridad pasa a comportarse como excluyente, como es el caso del ejemplo anterior, ya que al tratar de defender sus “derechos” en la calle, se refieren de los extranjeros de una forma xenofóbica y marginal.



Capítulo 4

Construcción de la identidad en los jóvenes VA, vista desde su propia perspectiva

Introducción

Este apartado se enfoca en la temática de construcción de identidad de los jóvenes VA de las calles 6 y 8 de San José. Para comprender este proceso de construcción de identidad se analizaron las experiencias de 5 jóvenes VA para lograr determinar cuáles son los factores que influyen directamente en este proceso. Se consideró para esto la influencia de la historia, la familia, el contexto, la relación con los pares, la autopercepción y la opinión de los otros al respecto de los jóvenes VA y de su actividad en específico dentro de la economía popular.

Se realizaron observaciones no participantes en el espacio donde se ejecuta la actividad económica para facilitar la apreciación de las conductas y expresiones de los jóvenes VA y a su vez permitir el acercamiento con los sujetos, lo que se logró después de varias visitas al campo, ya que la constancia en el lugar permitió la comunicación con estas personas de una manera más fluida.

Con la ayuda de una guía de entrevista (no estructuradas) se capturó la opinión de los jóvenes VA respecto a su percepción como individuos y como grupo, además de exponer los factores que se vinculan con la identidad de los mismos.

En el trabajo de campo se obtuvieron datos que permitieron definir varias diferencias en cuanto a la manera en cómo estos sujetos se introducen a la venta ambulante, al igual que la motivación que los impulsa a continuar en las ventas de frutas y verduras.

Se constató que las experiencias de vida de cada individuo hacen que su identidad se vea influenciada, más por la etapa en que estos sujetos se encuentran que es algo muy vulnerable al cambio, por la toma de decisiones que se deben de realizar en la juventud.

La investigación se llevó a cabo en las calles cercanas al Mercado Central y Mercado Borbón. Se realizaron las entrevista no estructuradas en el lugar de trabajo de los jóvenes VA, permitiendo así un acercamiento más profundo con la dinámica que estas personas realizan, facilitando a su vez la apreciación de otros datos interesantes para la realización de este capítulo. El lapso de tiempo del trabajo de campo fue de 11 meses, a partir de junio de 2010 hasta mayo

de 2011. Para conocer detalladamente en qué consistió cada técnica utilizada en el proceso investigativo ver el Anexo #1.

¿Qué se entiende por Identidad?

Existen varias definiciones que se le han dado a este concepto, dentro de las cuales encontramos las realizadas por Induni, Fernández, Murillo, entre otros autores; por lo tanto para dar respuesta a esta pregunta es necesario un acercamiento a ellas, facilitando una mejor comprensión de lo que esta abarca y define, para generar así una idea que permita entender y detallar como es el proceso de construcción de la identidad y los factores que se involucran en el mismo, sobre la población que se consideró para la presente investigación.

Induni define que la identidad “no es un estado sino más bien un proceso” (Induni, 2002:49), en el cual el contexto, las experiencias personales y diferencias culturales nos hacen personas únicas pero sin obviar la existencia de relaciones que hay con el colectivo.

Otra definición es la realizada por Castells, la cual dice que “la identidad es considerada por los sujetos como la fuente de sentido de sus vidas y los datos demuestran y revelan que los conflictos sociales o violentos son provocados por la defensa de identidades agredidas” (Castells, 2003: 1).

Para Fernández “todas las identidades se construyen pero lo importante es saber cómo, por quién, para qué y desde qué se realiza dicha construcción” (Fernández, 2002: 60), esto con el propósito de comprender que dentro del contexto hay más allá de lo que a simple vista se puede observar.

La identidad constituye, según Murillo una “dimensión subjetiva de la existencia social, con la que las colectividades se asignan y le son asignadas una selección de atributos o referentes, sobre los cuales se construye una imagen del grupo.” (Murillo, 2004: 64) Los referentes con los que se identifican los miembros de un grupo, se consideran como propios de este, pero no necesariamente pueden ser o deben ser originados por el mismo, estos se pueden derivar de la apropiación o hibridación producto del contacto con otros grupos o por una imposición directa o indirecta con otras identidades.

Continuando con esta autora, menciona que las identidades son construcciones formuladas a partir de afinidades o diferencias, las cuales pueden ser reales o inventadas, que funcionan para los individuos como un distintivo que les permite diferenciarse entre los demás. “La identidad cumple un papel relevante como instancia distintiva de un grupo que permite su contraste respecto de otros que se perciben como diferentes de aquel”. “La distinción del grupo y sus contornos es consustancial a la forja de identidades dado que permite a las personas marcar su posición en el universo social” (Murillo, 2004: 64). Las identidades simbolizan de determinada forma lo social e inciden sobre el desarrollo real debido a que funciona como una puerta que abre o cierra las oportunidades para los diferentes grupos sociales.

Basándose en las argumentaciones anteriores y enfocándose en lo necesario para entender la identidad del caso de investigación, en específico de los jóvenes VA, se elaboró una definición de este concepto para comprender a estos sujetos y determinar como la construyen, además con el análisis de la misma se logró evidenciar los factores que influyen sobre esta.

Identidad se va a entender como algo que se va creando por medio de la subjetividad, donde esta forma a los sujetos, quienes están dotados de consciencia y son formados a través de los entornos, de los valores y del contexto en donde nacen y se desarrollan.

La identidad es algo que se construye en cuanto a la opinión de los otros y lo que uno mismo piensa de sí. Según las particularidades personales los individuos se apropian de una manera diferente del mundo material y de lo simbólico y es en este proceso donde también se transforma, construye y reproduce su identidad.

Esto facilita afirmar que la identidad es un conjunto de aspectos que definen y caracterizan a un individuo o a un grupo, la cual se ve influenciada por diversos aspectos de la cultura y de la sociedad.

Es una construcción subjetiva que mueve sentimientos de pertenencia e identificación, por lo cual se motiva la defensa de la misma en múltiples niveles, que van desde lo simbólico hasta las muestras de poder físico, para el caso, actos de defensa de ideales que se terminan concibiendo en su mayoría como actos violentos, vistos solo desde la perspectiva de los otros, sin exponer a todo el colectivo la razón real por la cual se generan estas disconformidades.

Identidad es el punto de encuentro, el punto de sutura entre, por un lado, los discursos y prácticas que intentan interpelarnos, hablarnos o ponernos en nuestro lugar como sujetos sociales de discursos particulares y, por otro, los procesos que producen subjetividades, que nos construyen como sujetos susceptibles de decirse. De tal modo, la identidad es un punto de adhesión temporaria a las posiciones subjetivas que nos construyen las prácticas discursivas.

Pero después de esta aclaración sobre lo que se va a entender como identidad, se hace necesario mencionar también la definición del concepto “joven(es)”, el cual tiene mucha relevancia en la selección de la población con la que se realizó esta investigación.

Concepto de joven

Definición de la ONU

Las Naciones Unidas definen al joven como la persona que se encuentra dentro de la población de 14 a 25 años, es “un momento de transición entre la infancia y la edad adulta, en el que se procesa la construcción de identidades y la incorporación a la vida social más amplia”.

Definición de la OMS

La definición de la Organización Mundial de la Salud dice que una persona joven se ubica dentro de “una etapa de la vida comprendida entre los 19 y 30 años, en donde el ser humano tiene las condiciones óptimas para el desarrollo de sus potencialidades físicas, cognitivas, laborales y reproductivas”.

Otras definiciones de este concepto las han realizado autores como Macassi; para él “el joven es un sujeto social en construcción de su identidad individual y grupal. Construcción de estatus en la sociedad; de sus grupos de referencia y sus imaginarios de futuro, a partir de pequeñas decisiones, de sus relaciones sociales, de sus redes y comunidades de interpretación del mundo”. (UDLP: sin año, pdf)

Es importante señalar que este término se ha construido históricamente, lo que aclara que ser joven ahora no significa lo mismo que hace veinte años, debido a que el contexto social, económico y político configuran ciertas características específicas sobre la forma de vivir y percibir lo joven y a las personas que se encuentran dentro del rango que los define como jóvenes. Éste concepto responde sólo a contextos bien definidos, por eso se deben de evitar generalizaciones, debido a que estas hacen perder lo concreto y específico de cada caso.

Este concepto y sus actores principales se producen en lo cotidiano teniendo sus ámbitos de referencia en lo íntimo, es decir en sus ambientes cercanos o familiares como los barrios, la escuela, los amigos, el trabajo, etc.

Continuando con la definición de joven, el antropólogo costarricense Mario Zúñiga expresa que en la sociedad se les han impuesto muchas idealizaciones a las personas jóvenes. A estos individuos “se les valora primordialmente con ideales contradictorios, como modelos de sociedad o como monstruos que atacan.” (Zúñiga, 2010: 29) Sea cual sea la forma de ver y pensar a los jóvenes dentro de estas opciones (seres buenos o con maldad), no permiten entender a fondo a estas personas, al contrario esto deja en evidencia que los otros crean una idea dentro de la cultura que encasilla a estos individuos y les asigna un comportamiento determinado. Es decir se generaliza la forma de ver y pensar a los individuos que se encuentran dentro de este rango de edad, obstaculizando el comprender bien los procesos que se generan en esta etapa y dificultando la forma de percibir a los jóvenes.

Las anteriores idealizaciones respecto a los jóvenes son abstractas y partir de ellas no permite entenderlos, al contrario se vuelve una limitante. Para tener una imagen que refleje y permita entender cómo son estas personas hay que cambiar esa manera de inventarlos, y verlos como “seres humanos concretos que viven su vida como producto de su proceso histórico” (Zúñiga, 2010: 30) y que dentro de la misma algo que los define como individuos es su identidad, la cual se ve influenciada por diferentes factores, según el contexto donde se encuentren.

Sustentándose en la información anteriormente expuesta es preciso mencionar que en la investigación realizada en las calles josefinas con jóvenes VA, se tomó en cuenta lo siguiente para definir a los jóvenes. Una persona joven se encuentra entre el rango de edad de 18 a 24

años, que se relaciona con diferentes personas por su tipo de actividad económica, la venta ambulante, las cuales le influyen en el proceso de construir su identidad, su forma de desarrollar su trabajo, relaciones con los pares, la percepción de cómo los ven o definen los otros y su autopercepción, además de sus relaciones familiares y sus historias individuales.

Con la anterior aclaración de los conceptos sobre lo que se va a entender por identidad y jóvenes dentro de este apartado, es oportuno el exponer brevemente una panorámica general sobre el tema de las ventas ambulantes y conocer cómo ha sido tratado por diferentes disciplinas, ya que a partir de los vacíos que se hallaron, surgió la necesidad de enfocarse e indagar más a fondo sobre la temática de identidad en los jóvenes VA.

Según de la Garza durante en la última década, los estudios realizados por diversas áreas académicas como la psicología, la administración empresarial, la estadística, entre otras, referidos al Trabajo, no se enfocaron en las actividades no asalariadas ni en sus practicantes, entre ellas trabajos flexibles, no estructurados o atípicos (ventas ambulantes, porteadores, microbuseros, entre otros), debido a que no se consideró dentro de éstas el incluir esas actividades porque para ellas no pertenecían a un mercado laboral y que los sujetos practicantes de las mismas, no podían construir identidades, ya que su futuro se visualizaba en la fragmentación y la reducción individual.

En esas investigaciones los “sujetos (trabajadores de la economía popular) no tenían aparente relación con el mundo del trabajo, aunque después se pensó que otros sí se relacionaban con este, pero no en la forma clásica de la relación entre el capital y el trabajo, como son los movimientos de VA por defender su lugar de trabajo, porteadores por su fuente de empleo, microbuseros por las rutas, etc.” (de la Garza, sin fecha, 5).

El trabajo de las ventas ambulantes no era relacionado con el mundo del trabajo en una forma tradicional. Por eso es importante que se aclare cómo se da la identidad y la acción colectiva entre los trabajadores situados en relaciones no claras de asalariamiento o bien con la intromisión de clientes y usuarios en un contexto determinado, porque esto ayudará a comprender la realidad que viven estas personas, para dejar en claro que sí existen los procesos de identidad y que hay factores que la influyen.

Una manera de verificar que sí existe una identidad entre los jóvenes que están dentro de las ventas ambulantes es observando el espacio donde ellos se encuentran dentro de las calles 6 y 8 de San José, porque es en éste donde se relacionan con compradores, compañeros, amigos, usuarios, policías municipales, familia, proveedores y otros; este ambiente los hace relacionarse con diferentes individuos que tienen una opinión sobre ellos y les genera a los jóvenes una percepción de cómo los ven los demás. Pero la identidad no solamente se evidencia en este contexto, también se refleja en otros mundos de vida y otros niveles de realidad, distintos del cara a cara con los mimos VA y demás actores de su entorno.

La eficiencia de las estructuras y las vivencias del mundo del trabajo pueden ser variables en la conformación de identidades y acciones colectivas, esto justificado en el hecho de que estos sujetos no solo comparten un espacio de trabajo sino que tienen interacciones y experiencias con otros mundos, relacionados de manera inmediata o no con el del trabajo. La identidad que se genera en este tipo de actividad no se da en abstracto sino que se crea con respecto a un determinado problema que los agrupa, un espacio de relaciones sociales que los influye o de un enemigo en común que deben enfrentar. Esto produce que hayan casos de sujetos que comparten identidades con diferentes individuos y es con eso que se crea el accionar colectivo en diversos espacios.

La identidad se ve influenciada por muchos factores, entre ellos la historia del (los) grupo(s) al que se pertenece y la de cada sujeto, el contexto, formas de relacionarse entre los jóvenes, la autopercepción, lo que opinan los otros, la familia, entre otros; por eso es que en las próximas paginas se expondrán los que influyen directamente en la construcción de las identidades de los jóvenes VA, para comprender un poco mejor esa construcción que realizan estos sujetos y cómo estos aspectos influyen en la misma.

Pasado y presente, ayudan a construir Identidad

La historia de las ventas ambulantes en Costa Rica ha sido un aspecto que ha influido en los individuos que practican esta actividad, para definirse como grupo y a manera individual. Los acontecimientos sucedidos en los últimos años, que han marcado una diferencia en los estilos de

vida, en la forma de percibirse y en cómo son percibidos estos sujetos, están presentes en la memoria de los mismos, principalmente en los que cuentan con cerca de unos 20 a 40 años de realizar esta actividad, ya que ellos los experimentaron por su estancia en las calles siendo VA.

Entre los jóvenes es difícil encontrar a alguno que tenga un amplio conocimiento sobre los acontecimientos que han sufrido como grupo, solo que se les haya introducido en la actividad de las ventas ambulantes desde pequeños. Esto no significa que los demás desconozcan por completo lo que ha sucedido, pero por los diferentes casos de introducción a la venta ambulante se refleja que la narrativa de los acontecimientos trascendentales como grupo, no se ha ido transmitiendo a manera general entre los miembros. Se ve reflejado al momento de preguntarles a los jóvenes sobre algo específico de la historia del grupo, ya que son pocos los que tienen una respuesta en concreto sobre lo que realmente ha sucedido.

Lo anterior, como se menciona, se justifica en la forma en cómo estos individuos se unen al grupo y algo que influye sobre esto es el tiempo de practicar o relacionarse con las VA. Se encuentran los siguientes casos:

- Jóvenes que se introducen de un momento a otro a las ventas ambulantes por no encontrar otro empleo y su conocimiento sobre la actividad (historia, negociaciones, transacciones, horarios, riesgos, redes de apoyo entre más) y del grupo como tal, les es desconocida. Paulatinamente, se acercan a la realidad de las ventas ambulantes, por medio de algún miembro directo del grupo que los introduce, les enseña la forma de realizarlas y les transmite la experiencia obtenida en las calles como vendedor.

“Yo estoy como VA porque no he encontrado otro tipo de empleo, mi suegra fue la que me dijo que me pusiera a vender frutas en las calles y unos amigos me ayudaron porque yo no sabía cómo era esto, mientras podía conseguir algún trabajo diferente” (Fernando, setiembre 2010).

- Jóvenes que cuentan con años de experiencia en las ventas ambulantes y conocen parte de la historia por sus vivencias y estaba en la actividad desde muy temprana edad. Son personas que tienen conocimiento de los hechos que han dejado una marca dentro de la historia del grupo en las últimas dos décadas, ya sea por haber sido testigos, sufrido de

alguna de las situaciones de conflicto entre VA y la municipalidad de San José, o el tema se volvió cotidiano dentro de las conversaciones familiares, porque se veían afectados directamente. Así por ejemplo, se tiene el caso de Andrés quien cuenta con 18 años de experiencia en la actividad de las VA:

“Desde los 6 años estoy metido en las ventas ambulantes, me han detenido como 6 veces, porque yo no me dejó. Es que tengo que ver cómo me gano la plata mantener a mi familia. Antes lo hacía igual para ayudarle a mi mamá que es jefa de hogar. Aquí he visto muchas injusticias por parte de la policía municipal. Toda mi familia es de VA, desde mis abuelos, por eso tengo experiencia.” (Andrés, marzo 2011)

- Jóvenes que a pesar de no ejercer esta actividad en forma cotidiana, anteriormente, se fueron relacionando con los acontecimientos, debido a que sus padres y otros familiares ya formaban parte del grupo de VA, por lo tanto conocen un poco sobre la historia y lo que han luchado por el espacio. En el momento que se integran a este sector de la economía popular, ya cuentan con cierto grado de identificación con la actividad y lo que esta conlleva.

“No conozco bien la historia, pero si escuchaba antes a mi mamá cuando decía que las cosas se estaban poniendo feas con los decomisos y las detenciones, que tenía que ir a reuniones o a la toma de calles para que no los sacaran. Ahora yo me involucro un poco más con las cosas que suceden o nos vienen a informar aquí cuando hay reuniones del sindicato y estando como VA entiendo mejor lo que ellos pasaron”. (Francisco, marzo 2011)

- Jóvenes provenientes de otros países (mayormente de Nicaragua) que ingresan a esta actividad de manera inmediata a su llegada, por lo que es frecuente que no conozcan en su mayoría los acontecimientos históricos costarricenses de las ventas ambulantes. Esto se produce solo después de un tiempo, al haberse integrado y conversado o escuchado historias de otros vendedores, esta es su única forma de informarse sobre cuál ha sido el proceso histórico de las ventas ambulantes.

“No hace mucho que soy VA, y cómo no soy de aquí la verdad no sé bien lo que ellos han pasado, pero con el tiempo que llevo he visto lo difícil que es, aquí en cualquier momento se tiene que salir corriendo, la gente que conozco me han ayudado mucho” (Cristel, setiembre 2010).

Para mejor claridad sobre los casos de los colaboradores en la investigación, en cuanto a la forma en cómo estas personas se unieron a la dinámica ambulante y su relación con la misma se puede observar el siguiente cuadro.

Cuadro #6. Acercamiento a la venta ambulante

Forma de acercamiento o introducción a las ventas ambulantes				
Seudónimo	Jóvenes VA hijos de VA	Jóvenes VA (costarricenses) NO consiguen otro empleo	Jóvenes de otros países que ingresan a la actividad	Jóvenes VA e manera esporádica (ayuda a los padres)
Andrés				
Cristel				
Emmanuel				
Fernando				
de				
Luis				
Silvia				
Total	2	1	3	1

Fuente: Elaboración propia.

Se puede decir que una de las formas en cómo algunas de estas personas se acercaron a las ventas ambulantes, según lo observado en el campo y en las conversaciones con los jóvenes VA, fue por medio de lo que se puede considerar como una actividad de tradición, que se va transmitiendo de generación en generación, esto justificado en el hecho de que existen familias en las cuales hay tres generaciones involucradas en las ventas ambulantes (abuelo, padre e hijo), lo cual crea un conocimiento más amplio sobre la historia de la dinámica, porque se convierte en un tema su cotidianidad en el ambiente familiar.

De igual forma están presentes los casos de jóvenes de otros países (mayormente de Nicaragua) que llegan a Costa Rica a unirse a la dinámica de la venta ambulante, su acercamiento se basa en conocer algún VA que los introduce e instruye en la forma de cómo se realiza la actividad y como ha sido el proceso de las ventas ambulantes en Costa Rica. Todo lo que ésta conlleva se va aprendiendo con el día a día.

Los jóvenes que deciden acercarse a las ventas ambulantes por no encontrar otro empleo (en el caso de los costarricenses), se ejemplificó con solo un colaborador para ese momento, pero esta es una constante en varios de los jóvenes que son VA presentes en la zona donde se realizó el estudio.

La forma de introducción antes mencionada se vincula con los jóvenes que inician la venta ambulante con una visión de que va a ser algo temporal o esporádico. Con el paso del tiempo este se vuelve más constante hasta el punto que les cambia su autopercepción y ya empiezan a considerarse VA. Al inicio no se interesan por la historia que tiene el grupo de VA, pero conforme pasa el tiempo y su estancia se va prolongando es inevitable que entre las conversaciones de los mismos jóvenes VA surjan comentarios o preguntas sobre cómo ha sido el proceso de las ventas ambulantes en San José. Con esto se inicia una identificación con la actividad.

Algo que es necesario mencionar en esta parte es la etapa en que estos jóvenes VA iniciaron una relación cercana a la dinámica, ya que es determinante en su construcción de identidad (según la etapa las cosas se perciben de diferente manera), por la forma en que influye en su forma de pensar y pensarse. Para ello se recurre al siguiente cuadro donde se plantea dicha información.

Cuadro #7. Etapa en la que se inició el acercamiento a la historia de la venta ambulante

Seudónimo	Desde niño(a) por ser hijo de VA	Desde el ingreso a la actividad como joven VA
Andrés		
Cristel		
Emmanuel		
Fernando		
Francisco		
Luis		
Silvia		
Total	3	4

Fuente: Elaboración propia.

La forma en cómo los jóvenes VA de las calles 6 y 8 se vinculan con la historia de las ventas ambulantes se presenta por dos medios, ya sea desde la niñez como en caso de 3 de los colaboradores o desde el ingreso a la actividad ambulante como lo fue para 4 de estos sujetos.

A partir de lo anterior es qué se puede decir que dependiendo del conocimiento que se tenga sobre la historia e identificación, para este caso con el grupo de VA, va a existir una constante ya sea de cambio o construcción por parte de sus actores, que evoca frecuentes reelaboraciones y sustituciones, por las cuales se genera persistencia de lucha u olvido ante los ideales que fomentan ese sector de individuos como grupo.

A una gran parte de esta población de jóvenes (hijos de VA, jóvenes que se introdujeron en la actividad desde las etapas de la infancia o la adolescencia y jóvenes extranjeros que ya tienen como mínimo 3 años de ser VA de frutas y verduras), lo que se les ha transmitido (por medio de la convivencia en el contexto de trabajo, familiar o de pares) es su sentido de lucha, optimismo, orgullo por su labor, compañerismo, organización y persistencia, que ellos lo expresan de esta forma:

“Lo que yo hago es un trabajo honrado y decente, yo me siento bien al ser VA, en mi familia todos somos VA desde chiquitillos. El estar aquí en la calle vendiendo y el esfuerzo de mi mamá me han hecho quien soy. Yo le ayudo a mis hermanos si tiene algún problema y aviso cuando veo que van a hacer decomisos, para todos salir corriendo con las cosas.” (Andrés, marzo 2011)

“Estoy orgullosa de mi trabajo porque con esto es lo que ayudo a mi familia allá en Nicaragua, mi familia me apoya y me dicen que se sienten muy orgullosos de mí. El ambiente aquí en la calle es muy duro, pero nosotros nos apoyamos cuando alguno tiene problemas, más que todo con la policía municipalidad, con los decomisos y eso, todos estamos atentos para alertar a los demás.” (Silvia, Mayo 2011)

Se vuelve oportuno “señalar que las identidades se reconfiguran permanentemente, y por esto se reconoce que sus procesos pueden tener diferentes profundidades históricas”. (Murillo, 2004: 66) Debido a esto se pueden encontrar identidades que se fundamentan en historias muy antiguas y sólidas que se relacionan con otras de reciente surgimiento; pero la cantidad de

historia con la que cuenta un grupo no lo exime de requerir una reconstrucción en la memoria colectiva, para efectos de vincularla con el presente y proyectarla en el futuro.

De lo anterior surge la importancia de conocer como estos jóvenes tienen entre ellos mismos diversos tipos de vínculos en cuanto a la historia del grupo, por las variadas experiencias en su forma de relacionarse con la actividad ambulante, lo que provoca esa reconfiguración en el colectivo, que es necesaria para fortalecer esa identidad que ha caracterizado a los VA. El conocimiento sobre la historia, la forma de interpretarla de otros, más la misma percepción, son aspectos que provocan la reconstrucción de la identidad tanto individual como colectiva, basándose en el pasado en conjunto con las nuevas experiencias para dar origen a una identidad con deseos de ser reconocida por la sociedad.

“He estado aquí desde pequeño con mis hermanos y mi mamá, yo he sido testigo de muchos decomisos, arrestos y pleitos que se han dado en estas calles. Muchas de las cosas importantes que le han pasado como grupo a los VA, yo las viví, cuando se daba algún conflicto con la municipalidad porque nos quitaban de donde estábamos vendiendo o cuando se recibía abuso de autoridad por parte de algún oficial, mi familia y yo participábamos de las protestas en las calles. Luego lo de las zonas de tregua o lo del paso de la vaca todo eso fue un enredo y las ferias peor, todo es porque la municipalidad siempre nos quiere sacar pero nosotros siempre estamos en las calles.”
(Andrés, marzo 2011)

“Como ya tengo 8 años de estar aquí en las calles como VA y llegué muy joven, uno ve muchas cosas que no le parecen sean correctas. Por eso es que nosotros nos ayudamos entre todos porque sabemos lo que cuesta y lo que uno pasa aquí todos los días. Mucha gente dirá que como nicaragüenses quizás no conocemos las cosas que han pasado aquí en las calles con los VA años atrás pero lo que no saben es que nosotros hemos pasado y sufrido con ellos la lucha contra la policía municipal, el que nos quiten la mercadería, dejándonos sin nada por ese día y que a veces se nos hace más difícil porque nos cuesta más recibir algún puesto o espacio para vender ya más tranquilos. Yo conozco a muchos nicaragüenses que me han contado que a pesar de tener años de ser VA aún no han tenido oportunidad de colocarse mejor, donde nos los molesten, como la gente que está ahora en el antiguo Registro Civil, que eso cuesta mucho”.
(Emmanuel, mayo 2011)

“Como yo no tengo mucho tiempo en las ventas ambulantes, no se mucho de la historia, lo que sé es porque me lo han contado mis amigos, que también son VA pero de más tiempo. Ellos me han contado como fueron las luchas por poder quedarse en las calles vendiendo, que habían días en que llegaban y estaban tantos policías en las calles que no podían ni sacar la mercadería por el miedo a los decomisos y luego eso de lo de las ferias que fue una propuesta de la Municipalidad de San José, pero que a nadie le sirvió, porque no vendían

igual. Aquí la vida es dura pero uno tiene que lucharla todos los días.” (Silvia, mayo 2011)

Las narraciones anteriores reflejan la manera en cómo estos individuos pueden tener diversos niveles de conocimientos en cuanto a la historia de las ventas ambulantes en Costa Rica, pero siempre está presente la transmisión oral de la historia entre ellos, sea por vivencias propias, o de otro miembro del grupo. Lo anterior va a depender de la misma manera en cuanto a los años de estar dentro de la venta ambulante, porque según el tiempo de permanencia en la actividad la influencia en su identidad es mayor, es por ello que se presenta el cuadro donde se detalla la cantidad de años, de los colaboradores, de dedicarse a la venta de frutas y verduras en las calles 6 y 8 de San José.

Cuadro #8. Años que tienen los VA de dedicarse a la venta

Seudónimo	Niñez (0 a 11 años)	Adolescencia (12 a 18 años)	Juventud (18 a 25 años)	Edad al 2011	Años de dedicarse a las ventas ambulantes
Andrés				24	18
Cristel				18	1
Emmanuel				23	8
Fernando				21	0.5
Francisco				19	5
Luis				21	15
Silvia				24	3
Total	2	2	3		

Fuente: Elaboración propia.

El anterior cuadro permite ver en forma más concreta y comparativa las edades en que los jóvenes VA, que fueron parte de esta investigación, tuvieron su inicio en esta dinámica de la economía popular. Como se aprecia, dos de ellos se iniciaron en la etapa de la niñez siendo los sujetos con más tiempo dentro de la dinámica, después se encuentran dos jóvenes VA que iniciaron en la adolescencia y por último se ubican 3 personas que iniciaron su vinculación con las ventas ambulantes y su historia hace relativamente poco tiempo. Algo que se debe aclarar sobre la información de este cuadro es que la informante Cristel y Fernando, fueron personas con

las cuales se perdió contacto poco tiempo después de entrevistarlos. Ésto debido a que no volvieron a la zona de estudio, no brindaron ningún medio de cómo contactarlos nuevamente y sus compañeros mencionan que cambiaron de empleo.

Seguidamente es correcto decir que el conocer el proceso histórico de las ventas ambulantes los ayuda a entender la situación a la cual se enfrentan actualmente, ya que muchas de estas son producto de una historia que inició hace varias décadas en Costa Rica. Lo anterior los impulsa a ver de una manera diferente las cosas en su entorno, les ayuda a comprender el porqué de la necesidad de organizarse (asociaciones), la unión entre sus miembros, la creación de códigos para ponerse sobre aviso ante una situación de peligro, entre otras. Esto hace que su autopercepción como individuos y como grupo se modifique, creando una visión tanto personal como grupal ligada a lo digno y honrado, aunque saben que no todos piensan de la misma manera y de ahí el punto para los enfrentamientos de los jóvenes VA con los oficiales municipales.

Los relatos de sus compañeros de actividad ya sean por una situación individual o colectiva que sucedió en su espacio de trabajo, les deja ver esa parte que desconocían de las ventas ambulantes o que por razones de edad no entendieron bien mientras sucedían. En ese momento ellos le crean un gran valor a sus actividad económica y por lo tanto a ellos mismos por ejercerla, se autoperciben como personas luchadoras, trabajadoras y honradas, creando para sí una imagen de orgullo que los hace defender su forma de pensar.

El conocer la historia de su actividad como grupo fomenta y crea una identidad colectiva, con la cual se identifican, porque luchan por un mismo objetivo, lograr que se les respete como personas y que se reconozca su actividad como algo importante para la sociedad ya que muchos utilizan el servicio de ventas que ellos ofrecen porque lo requieren.

Contexto de los jóvenes VA y su relación con la identidad

El contexto donde se relacionan estas personas tiene la presencia de muchos elementos que estos actores comparten en su cotidianidad y que a su vez pasan desapercibidos ante sus ojos pero van poco a poco formándoles una identidad. Algunos de estos son:

- Compartir con personas de diferentes nacionalidades, costumbres, culturas, creencias, ideas, hace que su identidad se vea influenciada e inclusive se puedan adoptar algunas como propias.
- Interactuar constantemente con gran cantidad de personas que utilizan estas calles y avenidas, quienes en ocasiones hacen comentarios positivos y tienen una actitud de aceptación hacia las ventas en las calles, pero en otros, manifiestan agresividad e indisposición.
- Pasar más de 8 horas en un ambiente que tiene variedad de sonidos, olores y colores.
- Enfrentarse constantemente a las autoridades policiales y municipales.
- Sufrir estrés por distintos temores que los asechan: enfrentamiento con la policía, pérdida de las mercaderías por decomiso de autoridades policiales.

En su conjunto estos elementos les ayudan a ir creando una percepción diferente de las cosas inclusive de cómo son vistos por los demás y como ellos mismos se perciben.

De acuerdo con lo anterior se vuelve oportuno mencionar los diferentes actores dentro del espacio de las ventas ambulantes con los cuales los jóvenes VA tienen relación, lo mismo se resume de esta manera.

Cuadro #9. Actores del espacio donde se generan las ventas ambulantes de las calles 6 y 8 que influyen en la identidad de los jóvenes VA

Seudónimo	Familiares	Pares (jóvenes de 18 a 25 años)	Otros VA que ejercen la actividad en el mismo espacio	Usuarios de las calles 6 y 8	Compradores de frutas y verduras	Proveedores de mercadería	Personal del comercio de la zona	Policías municipales	Total
Andrés									6
Cristel									4
Emmanuel									7
Fernando									4
Francisco									5
Luis									8
Silvia									4
Total	3	6	5	4	7	7	3	3	

Fuente: Elaboración propia.

Como se muestra en el cuadro, las personas con las que los jóvenes VA comparten dentro del espacio donde realizan la venta ambulante son muchas, pero es la opinión de estos la que influye en su percepción como sujetos, porque les va creando una idea sobre cómo son ellos cómo individuos y grupo, además de que son sujetos que según su opinión (respecto a los jóvenes) influyen de manera positiva o negativa durante el proceso de construcción de identidad de los jóvenes VA.

La forma en cómo se comparte dentro del contexto de las ventas ambulantes, puede producirse de distintas maneras, generándose casos de jóvenes VA que van desde relacionarse solo con familiares y agentes directos a la venta ambulante (creando un ambiente más cerrado), o por el contrario jóvenes que comparten, se comunican, se relacionan con la mayor cantidad de personas que se ubican dentro de este espacio en las calles 6 y 8 de San José. Dependiendo del tipo de relación que se mantenga con las personas que utilizan este lugar y la forma de relacionarse con los jóvenes VA, se encuentra la influencia que tienen los mismos sobre el proceso de construcción de identidad.

El tema de las identidades representa en sí un reto de discusión, pero el análisis de éstas genera algo que indudablemente brinda amplios aportes al ámbito de las relaciones sociales, dado que sin las identidades la consecución y reproducción de las mismas es inimaginable.

Continuando con aspectos claves que ayudan a entender a los actores de esta dinámica, es oportuno decir que en la zona de estudio se puede observar que el rango de edades de los VA es muy variado, va desde niños de 7 años (aproximadamente) hasta 70 años o quizás hasta más. Entre todos ellos se ubican los jóvenes que participan en esta actividad (personas de 18 a 25 años).

La cantidad de jóvenes vendedores ambulantes, que se ubican a lo largo de cada una de las cuadras que componen estas calles, rodea entre unas 3 a 5 personas, destacando que el número de individuos y el uso del espacio aumenta cada año con el ingreso a las ventas ambulantes de más sujetos, ya sean costarricenses o extranjeros, que deciden dedicarse a las mismas, debido a que esta es vista por ellos como una fuente de ingresos de fácil acceso.

Mapa #6. Ubicación de los jóvenes VA



La mercadería que ellos venden es muy variada, cambia según los productos de temporada, entre ellos encontramos venta de chile, chayotes, manzanas, tomate, culantro, apio, plátanos, entre muchos otros más. El transporte de los productos depende del tipo de mercadería pero destaca el uso de sacos, canastas, carretillas, bolsas, etc.

La variación en los productos también se justifica en que dependiendo del tipo de contacto que se tenga con los proveedores es más fácil la otorgación de un plazo para pagar. Los VA pueden optar por entregar los productos a manera de consignación y también pueden escoger ciertos productos, aunque el precio sea un poco más elevado del ya presupuestado para la compra del día. Pero no todos tienen estos privilegios, se encuentran casos como los del Luis y al igual que él hay muchos jóvenes en las mismas condiciones:

“Los proveedores a mi no me dan las cosas en consignación, yo tengo que tener el dinero para comprar y a veces tengo que buscar lo que es fruta que tiene un precio más bajo. A mi hermano si se lo dan así, consignado, pero porque lo conocen” (Luis, marzo 2011).

Los jóvenes VA que se ven motivados a practicar este tipo de trabajo tienen diferentes razones por la cual se dio su ingreso, algunos es por no contar con un grado académico que les permita optar por un empleo mejor remunerado, otros porque sus padres les han enseñado el oficio y lo hacen porque les gusta la venta ambulante, por ayudarle a sus padres en la obtención de dinero para la manutención de la familia, casos en que estos jóvenes no tienen empleo y su opción es dedicarse a las ventas ambulantes, e inclusive porque ya tienen familia y deben solventar todos los gastos con la venta de productos vegetales o de frutas que adquieren por medio de los distribuidores.

Entre ellos se ubica el caso de Luis, hombre de 24 años que fue introducido en la venta ambulante desde los 6 años. Tuvo que dejar de estudiar para ayudarle a su mamá a obtener dinero a partir de las ventas de frutas y verduras. Su vida la ha pasado siendo VA, es el único trabajo que conoce. Por muchos años le ayudó a su madre en la actividad para mantener a sus 9 hermanos y actualmente trabaja en esto porque no tiene otra opción de empleo ya que solo tiene la primaria completa y se le ha dificultado por lo mismo, sus condiciones lo impulsan a continuar vendiendo en las calles. Tiene la responsabilidad de la manutención de 4 hijos de una primera relación y al día de hoy tiene otra pareja y ella se encuentra embarazada. Justifica que debe seguir en las ventas ambulantes para poder darles todo a sus hijos y a su nueva familia.

Sea cual sea la razón de la inserción a la actividad, estos jóvenes ven en su trabajo una gran solución a sus problemas, porque a pesar de las circunstancias y el medio en el que se deben exponer para trabajar sienten orgullo de su labor, como menciona uno de ellos: *“es un trabajo igual que cualquier otro”* (Francisco, marzo 2011).

Las personas jóvenes que ejercen la venta ambulante provienen de diferentes zonas de la capital, entre ellas Desamparados, Curridabat, Concepción de Alajuelita, Guadalupe, Barrio México y Escazú. También se presenta el caso de algunos de ellos que deben alquilar

habitaciones en hoteles o pagan para que les dejen quedarse dentro de alguna bodega cercana, que por lo general almacena productos como frutas y verduras, esto cerca de la zona de estudio, debido a que no cuentan con una casa propia ni encuentran casa de alquiler. En cualquiera de los casos, la mayoría son personas que tienen responsabilidades y su aporte económico es la principal fuente de ingresos familiar.

Dentro de su contexto de trabajo, los jóvenes VA expresan que no se relacionan más que para un saludo con algunos de sus compañeros, porque estos consumen drogas y en las ocasiones que no logran vender lo suficiente de las verduras o frutas, dejan las ventas ambulantes y se desplazan por la misma zona a asaltar a los transeúntes para así obtener el dinero que requieren para ese día.

En las opiniones de los mismos jóvenes VA respecto a este asunto dejan claro que esto se ha convertido en un problema y que no están de acuerdo con ese tipo de actitud, es algo con lo que ellos deben lidiar todos los días e inclusive, no quedan exentos de sufrir robo por parte de sus mismos compañeros de trabajo, que justifican que su actitud es causada por la necesidad.

“Así como viene gente a trabajar, otros vienen a robar, hay que estar muy atentos porque si andan muy locos hasta a uno mismo le roban, yo he visto cómo se roban de la misma mercadería que otros venden.” (Luis, marzo 2011).

Se relata que en ocasiones se unen para hacer estos actos, mientras que uno distrae al mismo compañero el otro le va robando.

En la zona de estudio también está presente el trabajo infantil. Se observan niños hijos de VA que están ayudando a sus padres en el trabajo; asimismo, niños hijos de familias provenientes de otros países como Nicaragua, que luego de las fiestas de fin de año, ingresan como migrantes a Costa Rica en enero, a insertarse en las ventas ambulantes.

Por medio de un conteo que se realizó en el mes de febrero del 2011, se ubicaron nueve niños en la zona de estudio (a lo largo de la calle 6 y 8), que se dedican a las ventas ambulantes, todos son de nacionalidad nicaragüense, sus padres los dejan en las calles para que vendan los productos que ellos mismos les llevan, se agrupan de dos a tres niños para realizar las ventas,

pero en ocasiones por periodos de 2 horas o más, hay niños que se encuentran solos en las calles vendiendo, sin ningún familiar adulto cerca. Cuando se conversa con ellos, no expresan que están solos, dicen que su madre o hermana ya casi viene que andan recogiendo alguna mercadería, pero la espera de ese adulto del que hablan puede prolongarse por varias horas e igual siguen en las calles.

Existen dos motivos por las cuales los menores de edad se relacionan de una forma directa con las ventas ambulantes:

- Porque sus padres no tienen con quien dejar a los niños y deben acompañarlos, estos son los niños(as) que andan jugando y corriendo por las aceras pero no venden. Se lograron contabilizar 8 niños en esta condición, 4 que son hijos de algún informante de la investigación y 4 que se visualizaron en el reconocimiento de la zona. (febrero, 2011)
- Casos en que los padres lleva a los niños a vender y estos pequeños son los que se quedan solos en las aceras o calles, durante 2, 3 ó más horas, luego sus padres regresan se quedan con los niños alrededor de unos 15 minutos y los vuelven a dejar solos, ofreciendo y vendiendo productos. Se lograron observar 9 niños, que son hijos de VA nicaragüenses, los padres de estos niños se trasladan a otro sector del espacio ya sea para abarcar más territorio y vender más cantidad de productos o para quedarse hablando con algún conocido mientras sus hijos están vendiendo. (Febrero, 2011)

Estos últimos menores de edad tienen que aportar dinero a sus hogares y su forma de verlo es así, como una ayuda, estos pequeños, como se mencionó, son de nacionalidad nicaragüense y como las condiciones de sus padres no son las mejores, tampoco cuentan con su apoyo para que estudien, por lo tanto su permanencia en las ventas ambulantes puede superar las 8 horas.

La situación anterior puede ser cuestionada en referencia a la legislación de Costa Rica, tomando en consideración el Código de la Niñez y Adolescencia (7739) el cual establece que su función es velar por la protección integral de los derechos de los menores de edad y como se define en el **Artículo 2°** que para términos del mismo “se considerará niño o niña a toda persona desde su concepción hasta los doce años de edad cumplidos, y adolescente a toda persona mayor de doce años y menor de dieciocho”. Es importante destacar el **Artículo 3°** ya que en él se

contempla la población a la cual protege específicamente y dice que: “se aplicará a todo menor de edad sin distinción alguna, independientemente de la etnia, la cultura, el género, el idioma, la religión, la ideología, la nacionalidad o cualquier otra condición propia, de su padre, madre, representantes legales o personas encargadas”; es decir este código protege a los niños y niñas de cualquier nacionalidad que ejerzan cualquier tipo de trabajo, siempre y cuando sea dentro del país.

Por lo anterior, muchos padres cuando se les interroga sobre lo que su hijo realiza expresan que no están trabajando que están con ellos pero que no venden, pero existe una contradicción en este argumento cuando se pasa por las aceras y se ve a menores de edad con sacos o canastas con producto realizando ventas y sin ningún tipo de compañía más que la de otros niños, porque sus padres o encargados están en otro lugar. Se observaron dos situaciones, padres que también están vendiendo (esto presente en cuatro de los casos observados) y otros que se dedican a hacer otras cosas (conversar con conocidos, hacer mandados, o simplemente se van del lugar). También se observan padres que están cerca supervisando lo que sus hijos hacen pero igual les permiten y les dan las herramientas para que ellos tengan que trabajar.

Fotografía #12. Niños trabajando en San José



Fuente: Marlon Mejía, noviembre2010

Los procesos de socialización de los niños VA, en las calles 6 y 8, son con varios actores, entre ellos familiares cuando se da el caso (padres y hermanos), personas que están al lado del puesto de venta en el cual se encuentran, niños y compradores.

Según su dinámica no implica una interacción con todos ellos, ya que esto se define por su ubicación y labor que desempeñen. Todas estas acciones hacen que su identidad se vea influenciada y que sean determinantes en la construcción de la misma. Pero para poder entender mejor esta situación se debe realizar una investigación a profundidad para comprender cómo es la construcción de identidad en los niños(as) VA de San José.

Identidades colectivas dentro de las ventas ambulantes

Refiriéndose a la identidad colectiva se puede decir que esta constituye una “dimensión subjetiva de la existencia social, con la que las colectividades se asignan y le son asignadas una selección de atributos o referentes, sobre los cuales se construye una imagen del grupo.” (Murillo, 2004: 64). Los referentes con los que se identifican los miembros de un grupo, se consideran como propios de este, pero no necesariamente pueden ser o deben ser originados por el mismo, estos se pueden derivar de la apropiación producto del contacto con otros grupos o por una imposición directa o indirecta con otras identidades.

Otro aspecto de las identidades colectivas, es que no son internamente homogéneas, por lo tanto no existen actos de identidad e interpretaciones de estos actos que sean completamente compartidos e igualmente que sean cabalmente congruentes por todos los integrantes del grupo. Uno de ellos opina:

“No estoy de acuerdo en que a todos los VA nos vean mal, por lo que hacen otros, por ejemplo no todos son ladrones o drogadictos, los que hacen eso son pocos, hemos personas que luchamos mucho por poder vender, este es nuestro único trabajo y la forma de mantenernos. Yo estoy aquí para trabajar y me alejo de los que andan en malos pasos o vienen a perder el tiempo”.
(Andrés, marzo 2011)

Lo que sucede en las identidades colectivas es que se distingue el hecho de que se pueden llegar a reducir las diferencias internas del grupo, esto con el objetivo de lograr una unidad que incremente el poder de negociación, de imposición, de lucha y de resistencia. En esta identidad se exaltan la historia, las imágenes y las narrativas que el grupo ha hecho de sí, o que un fragmento de esta población ha hecho por y para la colectividad en su conjunto.

En el caso de los jóvenes VA esto se demuestra en las ocasiones que participan de las reuniones entre las diferentes asociaciones de VA para buscar solución a algún problema que los involucra a todos como colectivo. Estas asociaciones puede no haber tenido un contacto muy cercano, por diferencias entre los miembros, pero su lucha por su estancia en el espacio las unifica y llegan a organizarse todos de una manera que les permita demostrar o manifestar su opinión ya sea en una toma de calles o en una manifestación como históricamente lo han hecho.

Los VA muestran su identidad de grupo cuando se unen para realizar sus demandas, en sus formas de lucha, en su tipo de organización, pero a su vez pueden fomentar esta en territorios y tiempos no laborales, participando de otras actividades (fiestas, reuniones, entre más), que de una u otra forma se vinculan con las ventas ambulantes.

Un momento que ejemplificó el tipo de organización que tienen los jóvenes y demás VA, es que durante la observación en el campo ocurrió un decomiso, cerca de las 4:00 p.m. específicamente a una cuadra hacia el este del mercado Borbón, el decomiso fue de frutas y verduras (repollo, yuca, papayas y piña) a unos VA de nacionalidad nicaragüense. A estas personas, entre ellos jóvenes VA, los oficiales de la policía municipales les quitaron toda la mercadería; estos no fueron agredidos físicamente, pero los VA solicitaban el regreso de sus productos.

Al ver la situación de decomiso o al paso del aviso de alerta con un grito de “hojas” para que los demás vendedores guardaran o escondieran sus productos, en cuestión de minutos la cantidad de VA que estaban siendo testigos de los decomisos que eran cerca de 8, se duplicó e inició una conversación con los policías municipales, defendiendo la labor y mercadería de sus compañeros. Al verse ya acompañados por sus otros compañeros de actividad, ellos insistían en la devolución de la mercadería y los oficiales respondían con lo siguiente: *“no se les va a*

devolver nada, es más si sigue le quito la suya". Pero el ambiente se volvió más tenso por lo cual los oficiales municipales decidieron salir de la zona, llevándose los productos.

En cuanto a las relaciones fuera del contexto se puede ejemplificar con el caso de Silvia, quien se reúne con sus compañeros de actividad para compartir en su tiempo libre. Al no contar con su familia cerca, ella ha encontrado en los mismos VA a compañeros y amigos con los cuales planifica salidas a restaurantes, bares, cines, entre otros lugares, para distraerse un poco del ambiente de las ventas ambulantes. Ella comenta lo siguiente:

"Yo salgo con los VA a comer y a bailar, pero entre lo que hablamos siempre sale algo del trabajo, de cómo están las ventas, de cómo hacer para poder vender a pesar de la presencia de los policías, de algún decomiso de la semana, es decir de todo lo que uno pasa aquí. Después puede darse el caso de que le presentan a uno gente que es VA y que uno no conoce o gente que quieren ser VA y que andan viendo como hacen para meterse en esto entonces a veces uno les cuenta como es esto de las ventas ambulantes." (Silvia mayo 2011).

En la identidad los procesos que la conforman se realizan por medio de negociaciones, expectativas, planteamiento de ciertas interrogantes, evaluación crítica de los recursos culturales propios y ajenos, concepción de un futuro posible compartido, entre otros; es decir un conglomerado de partes que van definiéndola y diferenciándola de otras.

Dentro de un grupo social que cuenta con su propia identidad, como lo es el de los VA, se comparten símbolos, conductas, reglas, ideas e ideologías, historias y códigos lingüísticos, categorías, entre más, pero todos ellos constituyen en sí mismos un conjunto de procesos más que una serie de fuerzas que determinan la acción de los individuos.

Pero es necesario mencionar que la identidad de este grupo se hace visible cuando este es reconocido socialmente como colectivo, cuando se le demuestra su importancia dentro de la vida social actual (evidenciado en la formación de asociaciones que los representan o en las reivindicaciones que se hacen públicas frente a las autoridades municipales).

Los VA han recurrido a la formación de asociaciones para poder tener una voz como grupo, que pueda llegar a los oídos de los funcionarios municipales, con lo cual les permita

negociar diferentes puntos que los involucren como VA, sobre su actividad o de su permanencia y uso del espacio, el cual se ha convertido en el tema más común en este tipo de conversaciones. Los jóvenes VA participan de las asociaciones cuando se convoca a alguna reunión o de las reuniones del sindicato cuando algún miembro pasa por las calles informándoles la hora y el día en que han planeado reunirse. Francisco dice que las reuniones del sindicato son para ponerse de acuerdo sobre el uso del espacio en las calles o planear alguna manifestación pacífica ya que con esta los dejan vender tranquilos por al menos algunas semanas. (*Francisco, noviembre 2010*).

“Mi espacio...tu espacio...el de todos...”

El espacio vivido y producido cotidianamente es producto de prácticas sociales específicas y una diversidad de representaciones simbólicas, estas últimas configuran imaginarios urbanos que dan orientaciones a los sujetos que habitan este espacio y que están mediados por el tipo de relaciones que se establecen en el lugar.

Las ventas ambulantes son una dinámica particular que generan una diversidad de imaginarios urbanos, que influyen en la forma en cómo se dan las relaciones interpersonales dentro del espacio.

El analizar las identidades ayuda a comprender las construcciones discursivas que son las que hacen visibles posturas, alianzas, contradicciones, entre otros aspectos. Esto ayuda a entender cómo se construye la identidad de los individuos y la influencia que tiene su actividad en este proceso, además de cómo se crea un sujeto colectivo que su característica principal es vivir en la ciudad desde las ventas ambulantes, en un espacio urbano donde existen, entre otros actores, VA y consumidores que no siempre tienen fronteras tan definidas.

Una de las razones de analizar el proceso de construcción de identidad de los jóvenes VA se centró en ver cómo el contexto y los cambios que se están generando en el espacio se reflejan en su identidad, todo ello a través del acercamiento a ese mundo de representaciones tradicionales que se enfrenta a aceleradas transformaciones, las cuales pueden reconfigurar las percepciones y valores identitarios de este grupo de personas.

El espacio donde se desarrolla la actividad ambulante es el centro de San José, el cual se ha ido transformando con el paso de los años, algunos de esos cambios han surgido en cuanto al uso que se le ha asignado al mismo, en la construcción de nuevas estructuras arquitectónicas, en la presencia de diferentes dinámicas tanto sociales, culturales y económicas, que se muestran.

Producto de estos cambios se han generado nuevas formas de relacionarse entre los actores de la capital costarricense, hay un mayor número de personas que por una u otra razón tienen un contacto con este lugar.

Diferentes grupos sociales han llegado a la capital, tanto nacionales como extranjeros, y con esto se ha creado un ambiente diferente al de hace algunos años, al mismo tiempo de su llegada se crean nuevos discursos referentes a las actividades desarrolladas en esta zona, unos a favor otros en contra, lo cual crea una discusión en cuanto a este tópico.

La temática de las ventas ambulantes y todo lo que estas implican ha sido tema de discusión, tomando en cuenta desde sus prácticas hasta la forma en cómo se usa el espacio para este tipo de trabajo.

Se ha hecho uso de los medios de comunicación nacionales para expresar la situación, pero la forma en cómo se trata este tema ha creado diferentes concepciones al respecto dentro de la colectividad, desde las que van a favor de la dinámica como las que apoyan la erradicación de estas prácticas y de las personas que las ejercen en las calles de San José.

Con todos los conflictos y cambios que ha ocurrido en los últimos años, la situación de las ventas ambulantes en San José se ha agravado, producto de la implementación de planes de regeneración y repoblamiento urbano de la capital costarricense, con lo cual se pretende un reordenamiento espacial donde los VA quedan excluidos de cualquier papel dentro de este nuevo concepto de ciudad. Esta situación ha provocado la manifestación y el descontento de estos actores y no se ha considerado cómo estos acontecimientos pueden influir en la identidad de los jóvenes de este grupo, porque también ellos consideran suyo el espacio.

A partir de esto es que se hace importante mencionar que los jóvenes VA de frutas y verduras utilizan este contexto, además para trabajar, como medio para compartir con otras personas y lo llegan a considerar como su hogar:

“Para muchos esto puede ser solo la calle, pero para mí es mi segunda casa, yo paso aquí todo el día, y desde hace muchos años, por eso conozco a todo el mundo” (Andrés, marzo 2011).

“Estas calles para mí significan mi manera de alimentarme, porque en ellas yo logro obtener el dinero que necesito vendiendo mis productos. Además que aquí comparto con mis amigos mientras trabajamos, a algunos si los veo en otros lugares pero a otros no, solo acá. Es una segunda casa, aquí paso la mayor parte del día, ¿Cómo no verlo como una casa? Estoy con la gente que comparto todos los días.” (Silvia, mayo 2011)

Fotografía #13. Jóvenes vendedores



Fuente: Marlon Mejía, noviembre 2010

Estas opiniones se fundamentan debido a que como ellos mismos lo expresan pasan la mayor parte del día en esta actividad, pero a su vez, están fomentando las diferentes relaciones con los otros VA, forman relaciones de apoyo y compañerismo, todo esto reflejado en situaciones que se puede observar, por ejemplo cuando se ayudan entre ellos por alguna situación desfavorable, alertando si observan que les llegan a hacer decomisos, sirviendo de testigos cuando son agredidos por la policía municipal, entre otras situaciones. La relación entre ellos va más allá de compartir un espacio de la calle o de la acera, como lo reafirman:

“Aquí es difícil por todos los problemas que hay, pero entre todos nos ayudamos, si alguien necesita algo nos apoyamos, hay que ayudarnos entre todos” (Cristel, setiembre 2010)

Una manera de comprender la realidad que viven estos individuos y cómo se ve influenciada por la misma la identidad, es conociendo más de cerca la motivación que impulsó a estos jóvenes a dedicarse a esta dinámica, la cual se encuentran dentro de alguno de los siguientes tipos de casos:

- Personas con familia que se ven obligados a ejercer las VA. Esto para mantener a la misma.
- Personas de otras nacionalidades que no tienen permisos para estar en Costa Rica y que encuentran en el comercio en las calles un ámbito laboral posible.
- Sujetos de otras nacionalidades que quedaron solos en Costa Rica y tuvieron que insertarse en las ventas ambulantes para sobrevivir.
- Jóvenes, hijos de VA, que han aprendido el negocio de sus padres y que no tienen opción de estudiar.
- Hijos (as) de VA que han aprendido el negocio de sus padres y que realizan las ventas ambulantes en el día para poder estudiar en la noche.
- Jóvenes que le ayudan a sus padres en las VA los fines de semana.

Los jóvenes VA ven en las ventas ambulantes una buena opción para subsistir a pesar de conocer con anticipación, por los VA ya establecidos, todo lo que conlleva esta dinámica, más que todo dentro de la capital porque la situación en otros sectores del país no es la misma.

Continuando con otro aspecto que se desarrolla en relación a los jóvenes VA que se encuentran actualmente en la zona de estudio es que su permanencia en el espacio es de alrededor de unas 10 horas diarias, lo cual implica una relación más fuerte ya sea por familiaridad o por compañerismo.

Se puede encontrar VA que tienen algún lazo sanguíneo, como el caso de uno de ellos (*Francisco, 19años*) que comparte su estancia en esta área con su madre, padrastro y hermano de

5 años, por lo anterior su actitud es de colaborar con los suyos en caso de amenaza de decomiso, correr con la mercadería que pueda para no tener pérdidas, él expresa también su rol como hermano mayor cuando cuida y está atento a que su hermano no se exponga a un peligro como lo son los vehículos que transitan en la zona y juega con él.

En el caso de los jóvenes extranjeros su relación es un poco diferente, ellos no necesariamente son familiares pero su unión se basa en compartir ciertas condiciones como lo es el estar en un país ajeno a las costumbres, estar lejos de los familiares, compartir una vivienda con personas con las que tienen una amistad, puede ser de corto tiempo o de años, depende del caso, comparten objetivos en común como lo son el querer obtener suficiente dinero para su sustento y poder enviar cierta cantidad a sus parientes y el ser vecinos del lugar donde residen. Todas estas motivaciones hacen que ellos se unan y compartan un poco más, es decir que su relación hace que directa o indirectamente influyan en su forma de percibirse y del como son percibidos por los demás, sea el caso por su condición de extranjeros o el de VA, creándose así un lazo un poco más estrecho con sus compañeros que se unen para defenderse cuando la situación lo amerita.

Fotografía #14. Organización de los jóvenes VA



Fuente: Marlon Mejía, noviembre 2010

Se puede afirmar que los jóvenes VA tienen un tipo de nexo con alguno de sus compañeros, que se genera al compartir un mismo espacio y las actividades cotidianas que mantienen dentro de las calles. Se observa el compañerismo que existe entre estos, reflejado en que todos están alerta para el aviso de la llegada de la policía municipal ya que saben lo difícil que es su condición y por ende, se resguardan entre sí con silbidos o gritos de aviso y apoyo al momento de jalar los productos, cargando canastas, sacos, cajas, etc.; que no necesariamente sean de la venta personal sino de algún compañero que no puede cargarlos con facilidad y rapidez, esto para que no les realicen decomisos.

En cuanto a la educación, muchas de estas personas la consideran como algo muy importante y tienen deseos de iniciar o continuar con sus estudios, pero son pocos los casos que con el pasar del tiempo se logran alcanzar esas metas, debido a que por diversas situaciones familiares se tiene que abandonar el estudio y dedicarse a tiempo completo a las ventas ambulantes.

Doña Esperanza, tía política de Andrés, opina:

“A este chiquito le ha costado todo, desde chiquitito él está en las ventas, tuvo que dejar de estudiar; hasta el año pasado pudo sacar el sexto, todos nos sentimos orgullosos de él, vino todo contento a decirnos que se había graduado, pero vea ahora, ya no pudo seguir estudiando, él tiene ganas pero si no le ayudan con una beca o algo así él no puede, él tiene metas y si se propone las cumple, pero con tantas cosas y a como está esto, está muy difícil” (Doña Esperanza, marzo 2011)

El mismo “Andrés” argumenta que si fuera por él ya estaría estudiando pero que a como está su situación económica no puede, que tiene otras prioridades por ahorita (mantener a su familia). (Andrés, marzo 2011).

¿Cuándo se considera ser o no joven VA?

Cabe mencionar que algunos de estos jóvenes al iniciarse en las ventas ambulantes no se consideran parte del grupo, debido a que, como ellos mismos expresan, participan

esporádicamente y eso no los hace VA. Pero algunos de ellos después de unos meses ya cambian de opinión, porque con el pasar del tiempo y su mayor participación en las ventas, es decir con su asistir diario, su opinión cambia y se consideran ya parte del grupo.

Para los casos de que los jóvenes no se sienten VA, ellos lo afirman con las siguientes razones:

1. Porque sienten que ayudarle a su padre o madre, que son VA, no los convierte necesariamente en uno más.
2. Porque sienten que si lo hacen solo cuando no tienen otro tipo de empleo, es decir a manera temporal, eso tampoco los hace parte del grupo.

Cuando se dan estas opciones se debe a que ellos no se sienten cómodos de que los incluyan como parte del grupo, por todo lo que esto les implicaría como señalamientos, críticas, sanciones, etiquetas, es decir ciertas características negativas que las sociedad les ha asignado a los VA, lo cual socialmente los ha desvalorizado a ellos como personas y a su actividad.

Si se realiza la comparación entre los jóvenes VA que participaron en el proceso investigativo que sí se consideran VA y los que no se consideran VA, por medio de un cuadro se obtiene lo siguiente.

Cuadro #10. Autopercepción de los jóvenes acerca de ser VA

Seudónimo	Se considera VA	No se considera VA
Andrés		
Cristel		
Emmanuel		
Fernando		
Francisco		
Luis		
Silvia		
Total	4	3

Fuente: Elaboración propia

La autopercepción de ser o no joven VA es un asunto que depende del tiempo de mantenimiento en la actividad de la venta ambulante, los jóvenes para el caso de esta investigación, que se consideran VA tienen como mínimo 3 años de practicar esta dinámica.

Los jóvenes que no se consideran VA justificaron su respuesta en el hecho del tiempo y la frecuencia con que realizan la actividad, para ellos ser VA no es algo de que avergonzarse pero no se consideran parte del grupo.

Algo destacable que se generó durante el proceso de la investigación es que el joven VA “Francisco”, a pesar de estar relacionado con las ventas ambulantes desde adolescente por ser hijo de una VA con cerca de 20 años de trabajar en la zona de estudio y por ayudar a la misma durante todos estos años, no se consideraba VA. La razón con que validó su argumento fue que “No soy VA porque yo esto lo hago por ayudar a mi mamá” (Francisco, setiembre 2010), pero luego en otro encuentro con los colaboradores se le replanteo la pregunta a la cual ya tenía otra respuesta, “Si ya sí, pero es que ya me tengo que dedicar de lleno a esto porque no consigo trabajo y ahora mi esposa va a tener un bebé y debo trabajar para mantenernos, ya si soy VA porque estoy aquí todo el día y ya me manejo más fácil con todo aquí” (Francisco, marzo 2011). Con esto se refleja la forma en que influye la dinámica en su forma de percibirse y por la tanto influye en su construcción de identidad.

Experiencia diaria de un joven VA

Retomando la estancia de los jóvenes en el espacio, seguidamente se expone cómo es un día en su contexto. Este inicia con la llegada a San José centro (alrededor de las 5:00 a.m.) y su traslado hacia los puntos donde se localizan los distribuidores de mercadería (los cuales están en los parqueos de la zona o en las bodegas ubicadas en calles 8), si son personas que ya tienen tiempo de comprar y se han ganado la confianza de los distribuidores, llegan solo por la mercadería ya que se les da a manera de consignación, ya después de la venta regresan a pagar. Para el caso de los nuevos vendedores es un poco distinto, ellos tienen que llevar el dinero para poder comprar.

El costo de un saco con la mercadería varía según a como haya amanecido el precio del producto pero oscila entre unos 5 mil a 8 mil colones. Ellos obtienen ganancia por cada sacó un monto aproximado entre 5 a 6 mil colones. Durante un día pueden llegar a vender de 3 a 4 sacos si la venta estuvo buena, pero dentro de esto entra en juego el decomiso, ya que esto les provoca pérdidas que en su ambiente laboral son muy significativas e igual deben pagar, es uno de los riesgos al que ellos se enfrentan.

Luego de recoger la mercadería los jóvenes se disponen a llegar a su punto de venta que ya está definido por su ubicación diaria en el mismo sitio, para lo cual otro vendedor les cedió un lugar dentro de punto del venta. Solo en ciertos casos y por fuerza mayores, como la llegada de varios oficiales de la policía municipal en la zona, estos se movilizan a otras áreas para poder vender, aunque expresan que no es lo mismo porque hay compradores que llegan a buscarlos al sitio habitual y como no los encuentran se van; son pocos los que caminan para poder ubicarlos, estos son como ellos mismos llaman “clientes fijos”.

Ya en el sitio que se acostumbra realizar la venta ambulante, que a su vez es un punto estratégico de ubicación, se procede a colocar la mercadería a la exhibición de los posibles compradores. Los VA buscan las zonas más transitadas para ubicarse y lograr vender, es por eso que es común que justifiquen estar en ciertas zonas del espacio debido a la afluencia de personas, para ellos vistos como futuros compradores.

Con el transcurso de las horas se fuma, se toma café, se conversa, se vende, se empaca y se acomoda la mercadería, se va a traer otro saco para vender, se recogen los productos por avisos de alerta, se vuelve a acomodar todo nuevamente, se cuida a los hijos o hermanos, se esquivan carros, se mastica chicle, se pide a las personas de mayor confianza cuidar las ventas para ir a hacer una diligencia rápida, se grita, se saluda, se cobra, se da vuelto, se almuerza (si se puede), se corre, se bromea, se escucha, se mira, se siente, se huele, se piensa, etc.

Fotografía#15. Joven vendedor



Fuente: Marlon Mejía, noviembre 2010

Casi al finalizar la tarde, tipo 4:40 pm., estas personas ya empiezan a recoger los productos que no pudieron vender para llevarlos a las bodegas a guardarlos y se disponen a alistar sus maletines o bolsos que estaban guardados entre las cajas de la mercadería, para ya irse para su casa, en lo cual pueden duran unos 20 minutos. Se despiden de sus compañeros con un apretón de manos, o con algún gesto y durante su trayecto a la parada de autobús se van conversando, si se van con alguno de ellos. Se dirigen a sus hogares y ya en estos realizan tareas como normalmente lo hace cualquier persona, alistar la cena, bañarse, comer, ver televisión y compartir con sus familias.

En su día libre, que en la mayoría de los casos es el día domingo, los jóvenes VA, se dedican a actividades como ver películas, sacar a los niños al parque, jugar bola con hijos o amigos, compartir con sus parejas, ayudar en las labores del hogar, entre otras; pero mencionan que es común para ellos el estar con estrés debido a las condiciones que saben que deben de enfrentar cuando regresan a las calles a vender. Su nivel de estrés y su ritmo de vida pueden

ocasionarles alguna enfermedad como parálisis faciales, derrames, dolores de cabeza, migrañas, dolores de espalda; estas por mencionar algunas de ellas. Además, por la manera del traslado de productos, que en su mayoría se apoyan en su cuerpo para realizar el mismo, puede provocarles problemas a nivel de espalda, hombros y piernas

Algunos de estos jóvenes sufren de enfermedades que a su vez les han impedido su permanencia en otros empleos, por ejemplo, existe el caso de un joven de 19 años que tuvo un empleo en una empresa privada (dedicada al soporte de averías en sistemas de cable) y a causa de su sobreesfuerzo al realizar un levantamiento de cables, se le hizo una hernia en la espalda, lo cual implicó su incapacidad de laborar; en este empleo contaba con seguro médico pero como su problema no se solucionó rápido y su trabajo era por contrato, fue despedido. Para el mes de julio del 2010, este joven ingresa a la dinámica de las ventas ambulantes ya de una manera más cotidiana. Anteriormente él se dedicaba a vender en la zona de estudio pero lo realizaba para ayudarle a su madre o ganar un dinero extra, por lo tanto lo hacía de manera esporádica. Esta forma de ejercer la venta ambulante era una justificación para que él no se considerará VA, su percepción en cuanto a esto varió cuando ya tenía cerca de 3 meses de dedicarse a la venta de frutas y verduras ya de manera permanente al igual que su madre, padrastro y primos, con los que comparte experiencias y el espacio en el cual se realizó la investigación.

Las personas que rondan entre los 18 y 25 años y que se dedican a esta actividad, suelen desenvolverse en forma muy natural en el espacio, es común escuchar sus voces en tono alto para poder proyectarla y que todo el sonido que hay en el ambiente no limite el ofrecimiento de lo que venden. Es como una competencia con todos los sonidos presentes, su voz tiene que escucharse porque “el que no ofrece no vende” (*Francisco, marzo 2011*), en las calles 6 y 8 se escuchan gritos de los jóvenes VA diciendo: “Venga reina once chiles a 500 colones” “Lleve el elote tierno, ¿Cuántos le doy?” “Mangos a mil la bolsa. Están bien buenos Pa”, la manera de realizar los ofrecimientos son igual que las de cualquier otro VA, todo es porque deben integrarse al ritmo de la actividad.

Las formas de relacionarse los jóvenes VA con los clientes, ésta siempre llena de cordialidad y amabilidad, acciones que saben va a fomentar el regreso de los mismos, esto aparte de las estrategias de ventas que ellos mismos pueden implementar para consolidar una venta satisfecha para ambas partes, como lo es la llamada “feria”, que consiste en regalar después de concretada

la compra un poco más del producto ofrecido. Todo esto con el fin de aumentar el número de clientes y porque es su forma de crear competencia, debido a que no pueden variar los precios ya que los mismos deben de ser iguales entre todos para no crear conflicto. El precio de los productos lo determinan los mismos distribuidores que a la hora de vender los sacos dicen cual es el promedio en el precio de cada unidad para obtener ambos su ganancia.

Dentro de las ventas ambulantes, como ya se mencionó, se da lo que son los decomisos por parte de la policía municipal, estos se justifican por que estos VA no cuentan con ninguna patente municipal para ejercer esta actividad en las calles de la capital. El modo de operar de la policía municipal es realizar operativos a diferentes horas del día, los policías se ubican en lugares específicos para cerrarles el paso y que no puedan salir, para por lo menos a uno de ellos realizarles el decomiso, como también en ocasiones pasan y no les dicen nada a pesar de que ya los tienen identificados.

Pero el decomiso para los VA no solo significa el no tener ya el producto, sino que también lo que les quitaron era su materia prima de trabajo, la cual tiene un costo y ellos se ven perjudicados porque hasta quizá no la habían pagado y deben de ver cómo hacen para realizar el pago, pero ese es uno de los riesgos que corren por la forma en cómo es tratada su actividad.

Los jóvenes ven en la policía municipal una amenaza sobre su actividad, consideran que la actitud con la que a veces realizan los decomisos no es la adecuada, porque no se les respeta, se les agrede sin motivo alguno. A partir de esto es que ellos han creado alianzas entre sus compañeros para alertarse sobre la presencia de los policías municipales y utilizan códigos (palabras claves, o silbidos) del grupo para no ser identificados al momento de realizar un aviso.

Su percepción ante la actitud que muestran los policías municipales a la hora de hacer decomisos es que los ven como personas sin valor, que sienten que tienen el derecho de tratarlos como quieran si no hacen caso a las advertencias.

“Ellos pareciera que no entienden que uno esto no lo hace porque quiere, sino que es un trabajo, yo se que a ellos los mandan, pero no es para que termine en agresión el hacer un decomiso, o en una detención, ¿por qué no hacen lo mismo con las personas que ellos saben y conocen muy bien son los que andan robando en la zona o que venden droga?” (Luis, marzo 2011).

Con lo anterior se ve que este tipo de trato con la policía crea en ellos una idea de sí mismos negativa, los desvalorizan como personas, esto como ya se mencionó es algo que influye en su identidad, ya que es una forma en cómo otros los perciben.

Venta ambulante... ¿Estigmatiza?

Existen características que desacreditan a sus portadores, las cuales se utilizan como justificación para brindarles un trato diferenciado y desigual para con estos, E.Goffman los denomina “estigmas” (2006).

Goffman utiliza el término estigma “para hacer referencia a un atributo profundamente desacreditador”, él dice que “un atributo que estigmatiza a un tipo de poseedor, puede confirmar la normalidad de otro y, por consiguiente, no es ni honroso ni ignominioso en sí mismo” (2006: 5).

Si se define estigma se puede decir que es un “rasgo de connotaciones sociales negativas, no por tratarse de características despreciables en sí mismas, sino por construir significaciones que han ido elaborando los sujetos sociales” (Guber, R. 2004:114).

El estigma se genera de la no aceptación o el rechazo de un grupo que se presente como diferente, desigual o no común a los parámetros sociales de aceptación establecidos. “Cuando el estereotipo es descriptivo, infamante y discriminatorio, se convierte en un estigma, es decir, una forma de categorización social que fija atributos profundamente desacreditables”. (Goffman, 2006: 5).

Las identidades pueden ser tanto razón de orgullo como de estigma para los individuos. “El hecho de desarrollar identidad hacia un grupo o el ser identificado como perteneciente a él, constituye una llave que abre o cierra las puertas de oportunidades a las personas y a los grupos diferenciados” (Murillo, 2004: 68).

Una identidad puede ser socialmente estigmatizada, por un tipo de vestimenta, de comportamiento en particular o como en el caso de los VA por su tipo de actividad económica,

porque se les relaciona con venta de drogas, delincuencia, e inclusive a algunos de ellos por su condición de inmigrantes.

Los mismos jóvenes VA expresan que en estas calles si suceden ciertas “irregularidades”, pero no las atribuyen exclusivamente a las acciones hechas por los otros VA, sino también a otros actores externos al grupo que utilizan este espacio para realizar sus actos delictivos, como asaltos, ventas de drogas, entre otros.

Es por esto que adoptar una identidad conlleva un costo social, debido a que no solo se llevan los propios valores y juicios respecto del grupo al cual se pertenece, sino que también los valores y juicios ya sean positivos o negativos que los otros grupos le han formado respecto a este. Cuando se es parte de un grupo, como en este caso el de VA, al cual ya se le han asignado socialmente ciertas características, se debe considerar que se convierte en un sujeto al cual se le van a realizar juicios por su participación en las actividades, en este caso muchos pueden tener una postura negativa y es ahí donde se inicia una estigmatización tanto de la actividad que ejerce el grupo como a sus individuos.

La identidad de los jóvenes que ejercen esta actividad económica se va construyendo en torno al estigma, con el rótulo de que son diferentes asociado con la desigualdad, de ser individuos indignos de aceptación social, por estar en este contexto y todo lo que implica su estancia en el mismo.

La sociedad es la que se encarga de establecer los medios para que todos los sujetos entren en alguna categoría, según un conjunto de atributos, que se les percibe como corrientes o naturales, siendo estos los que permiten la categorización.

Para el caso de los VA, algunas personas realizan esta categorización cuando los observan permitiéndose incluirlos en alguna categoría según su apariencia y sus atributos, es decir le asigna una identidad social. Este acto los individuos lo realizan sin tener conciencia de haber formulado un conjunto de aspectos positivos o negativos, que pueden estar influenciados por algún medio social el cual no se percibe con facilidad, referente a estos sujetos. Pero esta actitud se reflexiona hasta el momento en que se pregunta si la manera en cómo se han percibido a estos actores es la correcta y si esos supuestos que se han formulado son los que realmente identifican a la persona que se ha categorizado.

Cuando se realiza esta categorización con solo la apariencia del individuo, esta debe considerarse como “una imputación hecha con una mirada retrospectiva en potencia, es decir es una caracterización “en esencia”, una identidad social virtual” (Goffman, 2006: 12).

Se puede decir que cuando un atributo que estigmatiza a un tipo de poseedor puede que sea utilizado para confirmar la normalidad de otro, esto ayudaría a explicar un poco el estigma alrededor de los VA. Muchos de los discursos que se han manejado o se manejan sobre los mismos, los clasifica a manera general dentro de una categoría paupérrima, marginal, criminal e ilegal, esto para enaltecer a otros individuos, que por motivos tanto económicos como sociales necesitan ese reconocimiento y le dan un tratamiento no igualitario u honesto a la información que se genera socialmente sobre los VA sin importar la consecuencias que estos actos les pueden atraer a estos ciudadanos.

Para el sujeto estigmatizado su estigma puede percibirse desde dos formas, la primera sería en el que supone que su calidad de diferente ya es conocida o resulta evidente en el acto (situación del desacreditado), y la segunda es que por el contrario esta no es conocida por quienes lo rodean ni es inmediatamente perceptible para los demás (desacreditable). Cabe mencionar que el sujeto estigmatizado puede experimentar ambas situaciones.

Uno de los errores que se ha cometido con el individuo o grupo estigmatizado ha sido el concebirlo como algo no totalmente humano, hecho que produce que se les deje de ver como seres humanos y se les trate de manera discriminatoria a su vez irrespetando sus derechos como personas.

En el proceso de estigmatización se construye una teoría del estigma, la cual sirve para explicar la inferioridad del sujeto y dejar en claro el peligro que representa esta persona, muchas veces esto se realiza basándose en la clase social para generar diferenciación.

En el discurso que se maneja en los medios de comunicación se utilizan términos que generan marginalización, discriminación y a su vez estigmatización de ciertos individuos, mensaje que muy pocos se aseguran de corroborar o conocer la otra parte de la historia y con esta información toman una posición para mirar al otro.

El estigma de los VA responde a una “expectativa difundida de que quienes pertenecen a una categoría dada deben no solo apoyar una norma particular sino también llevarla a cabo” (Goffman 2006: 16), es por eso que quienes los estigmatizan reciben el apoyo de las personas con las que se relacionan debido a que hay un vínculo de intereses de por medio, que hace ver a la población de VA de una manera despreciable hasta para compartir el espacio público, por no encontrarse para ellos dentro de los estatutos de belleza ya asignados para la ciudad.

El individuo estigmatizado puede intentar corregir su condición de manera indirecta, esperanzándose y viéndose reflejado en sus descendientes luchando para que estos no tengan que pasar por su misma experiencia, brindándoles otro tipo de oportunidades para que ya no pertenezcan ni se sientan parte de los estigmatizados.

La educación es una opción a la cual se recurre para poder obtener el triunfo de sacar desde ese contexto a por lo menos un miembro, esto en la realidad se observa cuando los padres de jóvenes VA que a la vez son estudiantes logran obtener un título de algún grado académico expresando “*si se puede salir de esto*” (Conrado, noviembre 2010).

Los jóvenes VA han sufrido el estigma que gira en torno a esta actividad desde niños, ya sea el caso de que sus padres fueran VA o que ellos tuvieron, por diversas razones, que integrarse a este tipo de trabajo desde pequeños. Entre los lugares donde establecieron diferentes relaciones sociales en esas edades se ubica la escuela, en la cual se convirtieron de blanco de burlas, insultos, exclusiones y peleas, esto producto de la influencia del discurso sobre personas que inclusive no comprenden claramente las condiciones de los demás y consideran que todos los que no tienen las mismas características son diferentes y se les confiere una categorización inferior.

Al momento de un enfrentamiento entre los estigmatizados y los demás puede darse el caso en que el individuo del cual se ha creado un estigma se sienta inseguro acerca del modo en que los otros lo van a identificar y a relacionarse con él. Esta duda se genera porque no sabe cómo será categorizado o ubicado en función del estigma que los demás le han creado y en su análisis puede considerar que aunque haya personas que le traten de una manera aceptable, en el fondo perciben al sujeto estigmatizado. De este modo le surge la sensación de no saber qué es lo que realmente piensan los demás de él, o de pensar que siempre lo verán de manera negativa.

Según los jóvenes VA su práctica es apreciada por los demás como un trabajo más, algo no fuera de lo común. Ellos no consideran que lo deban ver diferente porque es una manera honrada de ganarse el dinero, como cualquier otra, que prefieren eso a dedicarse a vender drogas o a robar.

“Yo no creo que me vean diferente ni nada, porque igual me compran lo que yo vendo... algunas personas que pasan hacen caras pero nada más”. (Cristel, setiembre 2010).

Dentro de su grupo son conscientes de que no a todas las personas les agrada la idea de encontrárselos en la calle realizando las ventas, pero no sienten que sea la opinión de la mayoría, ya que si no ni les comprarán todo lo que ellos ofrecen en las calles, además hay variedad de opciones y ellos no están por lo que digan los demás.

En cuanto a cómo los medios de comunicación nacional tratan el tema, ellos como VA muestran cierta molestia, porque no consideran que lo hacen de la manera más adecuada, porque siempre los muestran como lo malo de las calles de San José. Los exponen a una crítica fuerte que hace que algunas personas los lleguen a apreciar como algo que no debería de existir.

Se incluye en los discursos que se manejan, visiones que enmarcan a los VA dentro de un ambiente hostil y se les categoriza como personas indignas para la sociedad, a estas personas se les ha relacionado con ilegalidad, delincuencia, drogadicción, violencia y pobreza, aunque no todos ejerzan las ventas ambulantes por estar en alguno de estos casos. Estos son “discursos marginales y hegemónicos que en relaciones de confrontación, determinan en el imaginario social principalmente las características de los vendedores ambulantes” (Martel, s.f., 3).

Pero “este proceso no se construye únicamente desde una relación de rechazo, sino que también se establecen relaciones de alianza y complicidad desde el consumo, entre vendedores, clientes ambulantes” (Martel, s.f., 2) y otros actores que les brindan su apoyo porque conocen de cerca la realidad a la cual se deben enfrentar.

Un problema en lo que respecta a la identidad de los jóvenes es que se ha generalizado la forma de verlos, ya sea buenos o malos, pero solamente se tienen esas dos percepciones, hecho

que de una u otra forma les influye en su propia percepción como sujetos y les es influyente en su identidad, ya que en el proceso de construcción de ésta, lo que piensen los demás y la propia percepción van a ser importantes para la definición como sujetos. Los jóvenes VA están expuestos a ser clasificados de una manera negativa o positiva así como su trabajo, pero en la realidad sea cuál sea de las dos opciones siempre se va expresar en la identidad de estos individuos.

Entre los usuarios de las calles de San José existen opiniones diferentes:

“Esto es un caos cuando hay tantos VA obstruyendo el paso, deberían de mandarlos para otro lado, al Paso de la Vaca otra vez, la municipalidad nunca hace nada, uno siempre los ve aquí. La verdad mejor que los quiten y que busquen trabajo.” (Usuario 1, marzo 2011).

“Les compro porque es más rápido que ir al mercado, ellos tienen de todo y más barato, no me incomoda el que estén aquí porque están trabajando y si no hay trabajo en el país es mejor que se dediquen a esto que a otras cosas, igual es una forma honrada de ganarse la plata.” (Usuario 2, marzo 2011).

En respuesta a este tipo de opiniones los jóvenes VA dicen que:

“Muchas personas nos hacen mala cara, dicen que estorbamos, pero esto es la calle y es nuestra forma de vender, a mí lo que digan no me importa yo sigo vendiendo, lo que si no me gusta es que piensen que todos los vendedores tenemos las mismas mañas, como robarles o algo así” (Luis, marzo 2011).

“Yo he tratado con personas que me alientan a seguir adelante, que me dicen que ellos lo consideran a uno por estar vendiendo en la calle, que uno ve que le quieren ayudar porque hasta lo buscan por todo lado hasta encontrarlo para comprarle lo que uno ofrece, son personas que me han visto aquí toda la vida”. (Luis, marzo 2011).

En este tipo de discurso “tanto los vendedores como los consumidores que comparten el ambulante como actividad son agentes, es decir, son iniciadores de procesos, en este caso de construcción de sus propias identidades”, (Martel, s.f., 4) reflejados en la forma en cómo ellos se expresan al momento de referirse a las condiciones variadas que enfrentan y a la creación de una autopercepción en cuanto a la opinión del “otro”.

Por lo anterior se puede afirmar que “las identidades son producto de la interrelación cotidiana y se definen, principalmente, por la capacidad discursiva de los sujetos sociales. Es desde el discurso que se tipifica al Otro y nos tipificamos a Nosotros” (Martel, s.f., 2).

Conclusiones

Los jóvenes VA que se han introducido en la venta ambulante tienen conocimiento sobre la historia que han tenido como grupo, esto debido a su relación cercana con el tema, por lo tanto han tenido mayor influencia en su identidad con respecto a los jóvenes que se introdujeron entre la etapa de 18 y 25 años, siendo este su primer acercamiento a la actividad.

Las personas jóvenes con mayor tiempo en la actividad se han involucrado con la mayor parte de los actores que están dentro del espacio de la zona de investigación, siendo esto un factor que los ayuda a definir su identidad creándoles una imagen específica sobre ellos y sobre las ventas ambulantes.

La manera en cómo los jóvenes VA se acercan a la dinámica de la economía popular es otro factor influyente en su forma de percibirse ya que les ha generado valores y formas de actuar según su experiencia en las ventas ambulantes.

Existe una diferencia en cuanto a la experiencia personal de cada uno que es un factor relacionado con la identidad individual pero se unifica con los otros VA al crearse una identidad grupal respecto al compartir un espacio y una misma actividad.

La relación con los pares no se da en todos los casos, esta se presenta más que todo en los sujetos que no son costarricenses, ya que las condiciones que deben compartir como inmigrantes los hace unirse y relacionarse de una manera más íntima, compartiendo actividades tanto dentro como fuera del espacio de las calles 6 y 8.

La razón de que el caso anterior no se genera en todos los jóvenes VA es porque los que son costarricenses solo tienen vínculos con los familiares que comparten la actividad, ya sean hermanos(as), tíos(as), primos(as), padrastros, padres e inclusive abuelos. Su relación se limita solo con estos VA que comparten el espacio. En el caso de los nicaragüenses se apreció que por

no contar con más familiares en el país sus relaciones se crean con los pares, esto para realizar actividades como salir al cine, bares, restaurantes, etc.; fomentando su relación e identificación con las experiencias de los demás que comparten su situación.

Algo por destacar es la creación no de una sola identidad sino que se crean varias en el proceso de estancia dentro de las ventas ambulantes. Se encuentran la identidad individual, grupal, ocupacional, colectiva y estigmatizada, las cuales hacen que la identidad de cada individuo tenga parte de cada una lo que los hace caracterizarse como jóvenes VA de las calles 6 y 8 de San José.

Los factores que se determinaron como influyentes en la identidad de los jóvenes VA son la familia, el contexto (espacio), la historia, la percepción de los otros usuarios de las calles 6 y 8 y la autopercepción como VA.



Capítulo 5

Construcción de la alteridad en las familias de VA. Un acercamiento desde la genealogía narrada.

Introducción

En este apartado se analiza cómo es que se construyen las relaciones de alteridad en dos familias de VA que se ubican en San José, y cómo las manejan en el contexto tan diverso en el que se encuentran. Enfatizando en las dinámicas de la economía popular y la permanencia en las calles mientras se realiza el trabajo. Para lo anterior se desarrollaron genealogías narradas y es desde aquí que se parte para el estudio del contexto familiar y laboral.

Se exploraron las experiencias en los espacios en los que interactúan los miembros de los grupos familiares, y cómo estos hacen que los roles que cada miembro tiene sea particular y que su comportamiento varíe según acontecimientos específicos.

A través del trabajo de campo se constató que las ideas acerca de la familia y su preponderancia varían entre los actores de este contexto y que en algunos casos la familia y el trabajo van tan de la mano que un compañero de trabajo es a la vez el cuñado o la hermana.

Además la familia es una estrategia en sí misma para hacer frente a las condiciones que la sociedad les presenta respecto de la actividad económica, el contexto social ha empujado a los miembros de diferentes grupos familiares a convertirse en aliados no solo para la vida sino para el trabajo.

Este capítulo se organiza en cuatro apartados. El primero aclara lo que se entiende por construcción de la alteridad por parte de los VA. Se reflexiona acerca de la individualidad y la pertenencia a un contexto específico y de cómo las familias manifiestan la constitución de personalidades únicas.

El segundo trata el concepto de familia y su significado en la actualidad. Se hace un recorrido por los cambios que ha experimentado el concepto y de cómo se utilizó dentro de esta investigación.

En el tercero se aborda la Genealogía Narrada que pretende ser un instrumento que ayude a comprender cómo se tejen las relaciones humanas, los valores, creencias, mitos, secretos, ritos o rituales y legados que se desarrollan dentro de las familias estudiadas.

En el cuarto y último apartado que lleva como título: Amamantando, educando y vendiendo, se hace una descripción, desde la mirada de la autora de este apartado, de algunas de las experiencias de las familias en el lugar de trabajo con el fin de ilustrar cómo los vendedores pasan las horas en medio del trabajo y sus ocupaciones familiares, ya que dichas experiencias son la raíz del análisis hecho en la investigación.

Los sujetos de estudio fueron los integrantes de dos familias de VA, los criterios de selección fueron: que se dedicaran a la venta de productos vegetales cerca del Mercado Central y Borbón en San José y que además tuvieran al menos 2 miembros de su familia involucrados en la economía popular, como único medio de obtener recursos.

Dentro de los participantes principales de la investigación se encuentran:

Lucía. Tiene 19 años y es hija de una vendedora ambulante, tiene 9 hermanos algunos de los cuales aún ahora son VA. Sus dos niñas y su niño la acompañan en la calle cuando no es posible que alguien los cuide. Un dato importante de anotar en esta parte es que el encarcelamiento de la madre de Lucía coincidió con el tiempo en el que se realizó el trabajo de campo.

Carlos. Cuenta con 20 años y es hijo de un vendedor de lotería de San José, su madre falleció en 2005, es pareja de Lucía. Dos de sus hermanos son VA como él y se ubican cerca para vender.

Conrado. 57 años y es padre de dos jóvenes entre los 20 y los 30 años. Se encuentra casado desde hace 27 años, vive con su esposa y sus hijos.

La machita. Tiene 65 años de edad y más de 50 de ser vendedora. Es madre de 8 hijos uno de ellos es Conrado. Se ubica en los alrededores del Mercado Borbón para vender chiles dulces.

La investigación se desarrolló en las cercanías de los puestos de trabajo de los participantes. En cada caso se trabajó con los vendedores sin interrumpir sus labores para captar la dinámica de la economía popular ahí donde se lleva a cabo.

El estudio se extendió desde junio de 2010 y se continuó hasta marzo de 2011. Las experiencias relatadas corresponden tanto a las vivencias experimentadas durante el desarrollo de la investigación y a las que los informantes narraron de años anteriores.

Se utilizó la observación no participante y entrevistas no estructuradas para recabar datos con más detalle (Ver anexo #). De estas dos técnicas se habla con más detenimiento en el capítulo 1. Además de la Genealogía Narrada como herramienta primordial para recabar los datos.

Construcción de la Alteridad

La palabra alteridad deriva del latín *alter*: el "otro". Puede decirse que es el principio filosófico de "alternar" o cambiar la propia perspectiva por la del "otro".

La alteridad es el reconocimiento de las singularidades del otro, tiene que ver con la experiencia de lo extraño y ésta se dirige hacia aquellos, que nos parecen tan similares a nosotros mismos, que toda la diversidad observable puede ser comparada con lo acostumbrado, y que sin embargo son tan distintos que la comparación se vuelve reto teórico y práctico (Krotz, 1994).

Por tanto, la capacidad de interiorizar al otro y valorar los puntos conciliables entre mi discurso y mi identidad y la del otro es la *alteridad*. En dicho sentido los seres humanos están constantemente creando procesos de reconocimiento del otro y de sí mismos frente a esos otros.

El término "alteridad" se aplica al descubrimiento que el "yo" hace del "otro", lo que hace surgir una amplia gama de imágenes del otro, del "nosotros", así como visiones múltiples del "yo". Tales imágenes, más allá de las diferencias, coinciden todas en ser representaciones más o menos inventadas de personas que comparten el mismo universo social.¹⁶

La alteridad surge como la idea de ver al otro teniendo en cuenta sus creencias y conocimientos para esto es necesario un acercamiento que permita el diálogo y la comprensión del otro.

¹⁶ En Biblioteca Virtual Latinoamericana:
<http://www.cialc.unam.mx/pensamientoycultura/biblioteca%20virtual/diccionario/alteridad.htm> .

En medio de contextos y situaciones específicas, cada ser se ve a sí mismo con respecto al otro con el cual tiene vivencias en común, al igual que las familias, tanto los individuos solos, como en grupos, construyen relaciones de alteridad, pero que de igual manera buscan la diferenciación, así como una personalidad única.

Cada persona es capaz de auto-reconocerse y de interpretar los signos de quienes le rodean, además de percibir las transformaciones en el comportamiento tanto a pequeña como a gran escala. Además de ello, cada sujeto o ego está en condiciones de generar cambios en la forma en que se organizan y regulan las relaciones con los otros sean estos su comunidad, sus conciudadanos o su propio núcleo familiar. De allí que sea vital reconocer cómo es la visión que tiene cada persona de los propios miembros de la familia de la cual es parte y cómo se relaciona con sus integrantes, es decir, cómo se plantea la alteridad familiar.

Al referirse a las limitaciones que debió enfrentar desde pequeño uno de los vendedores dijo:

“Pero estas situaciones lo hacen a uno valorar el sentido de la responsabilidad que las cosas no vienen por venir sino que uno tiene que esforzarse por tenerlas. Mis hijos vienen a trabajar aquí porque tienen sus responsabilidades”
(Conrado, 30 marzo 2011)

Las relaciones con el grupo familiar entonces estaban basadas en las responsabilidades adquiridas por ser una familia numerosa donde las actividades del hogar como las de la crianza se repartían entre todos. Siguiendo los patrones establecidos, se puede deducir que se espera que se reproduzcan aquellos asociados al honor y a la dedicación hacia el otro sin importar lo que se necesite para construir el bienestar de todos los miembros. Así Conrado sigue contando que su papá:

“En diciembre nos llevaba a Zapote o Plaza Viquez y a nosotros nos decía: espérense que voy a ir a sacar plata del banco, y yo decía jueputa, mi papá tiene plata en el banco, y a los años me di cuenta que del banco que sacaba la plata era del banco de sangre...Vendía sangre para llevarnos a pasear a nosotros. No me provoca melancolía ni nada sino que me siento orgulloso de mi papá que si no era de una manera era de otra que buscaba salir adelante con nosotros” (30 marzo 2011)

Contar con un padre que le mostrara el sacrificio y el esfuerzo según sus propias palabras le dio valores firmes y alega “que eso lo forma a uno como persona con una moral y unos principios muy elevados que nos es cualquier cosa que lo puede a uno desviar de los principios que uno tenga” (Conrado, 30 marzo 2011). Desde la perspectiva de la alteridad, Conrado tomó los valores que asocia a su padre (honor, dedicación, sacrificio y esfuerzo) y los hace suyos como modo de vida. Reconoce cuales son los aportes que su padre significó como figura dentro de la familia y lo extrapola a la suya.

Por otra parte en el caso de Lucía, quien también proviene de una familia numerosa, considera que lo más sobresaliente acerca de sus familiares fue que *se pusieron en su lugar* cuando aparecieron situaciones difíciles como cuando ella dice: “quede embarazada a los 15 lo aceptaron de buena manera y me ayudaron, entonces nada que decir de ellos” (Lucía, 30 marzo 2011), desde aquí ella construye sus relaciones de alteridad familiar. Ya que en vez de ser juzgada y rechazada se adoptó una posición de acogimiento y ayuda, lo que para Lucía significó mucho.

Lo anterior coincide con la idea de que un porcentaje alto del nivel de satisfacción personal lo componen las relaciones familiares, por lo que la importancia que se le sigue asignando a las relaciones que ahí se establecen debe de estudiarse de manera crítica, a la luz de los cambios históricos y económicos en los que se generan.

Se puede decir que en efecto la persona es, en esencia, un ser de relación. Se realiza en la medida en que se relaciona con el otro, y se frustra en la medida en que no lo logre (González, 2007).

La alteridad consiste en profundizar el proceso mediante el cual los integrantes de una familia (o la unión de los egos dentro del sistema familiar), se explican quienes son los otros en su vida. Ahora bien, se evidencia que a partir de una reflexión interior surja la socialización y los modelos o patrones de relación familiar. En el grupo familiar ese *otro* se explica desde los vínculos construidos por la cercanía y por las experiencias compartidas, pero a la vez es un otro distinto que actúa por principios propios y creencias particulares que provocan al interior del

grupo un grado de extrañamiento, pero que ese otro no deja de ser semejante por la base de valores comunes.

Las experiencias a las que hacen referencia los vendedores corresponden a las que viven en las familias que han formado y en menor medida a las familias de origen. En el caso de Conrado quien tiene 27 años de casado, la explicación de quién es el otro en su vida se basa en los roles preestablecidos, donde cada miembro es en sí mismo un agente pasivo, que está en la familia para cumplir con ciertos cánones. Pero en cuanto uno de los miembros decide dejar de seguir los patrones que se establecen como los que debería de cumplir a Conrado le causa un desbalance en su concepción del otro, el asombro que le producen las decisiones de su esposa acerca de trabajar fuera de la casa, hacen que ésta pierda la imagen que él conserva de lo que debería ser una esposa y lo expresa diciendo:

“Y yo le digo una cosa si la doña trabaja es porque quiere no por que ocupa, si tuviera una meta yo no lo vería mal, pero trabajar por trabajar” (30 marzo 2011).

Por un lado Conrado valora su trabajo como una actividad que le gusta y que le da realización pero el trabajo de su mujer fuera de la casa no es justificable bajo los mismos parámetros, ya que según su idealización *de la esposa* ésta no debe estar fuera de las fronteras de la casa. Aun así para mantener la convivencia con ella debe acoplarse a su decisión y entender sus razones para hacerlo.

El caso de Lucía es diferente, para ella los roles y nombrar su relación con Carlos es algo de lo que no está pendiente y que además le produce hasta cierto punto, un desfase entre lo que dice ser y lo que realmente quiere ser.

“Nunca digo que soy esposa de él, siempre digo que es el papá de mi bebe, pero se siente raro me siento que soy muy joven para eso” (Lucía, 30 marzo 2011)

Aunque Lucía está en una relación estable con Carlos no se siente a gusto con la idea de ser nombrada como la *esposa de*, lo que se puede deber a la idea que maneja de lo que significa esa posición, y su relación con Carlos está mediada por las circunstancias del hijo que tienen juntos y no por las cuestiones sociales que se atribuyen al matrimonio y además ella se siente parte activa de la familia que aporta dinero y su trabajo. La concepción de la mujer que espera a su esposo en casa cuidando de los niños, no es algo con lo que Lucía se identifique.

Pero no todo es la relación con la pareja, sino que existen figuras que por su papel en la vida de los informantes aun ocupan un lugar dentro de las experiencias que ellos recuerdan, Lucía y Conrado tienen formas distintas de relacionarse y entender a sus madres, mientras para Lucía es una figura “buena, cariñosa atenta, todo lo tiene” por quien “daría su vida por que ella no estuviera en la cárcel, es inexplicable”. Pero en el caso de Conrado esta misma figura representa la autoridad y el modelo de vida a seguir por su sacrificio, resume su relación con ella en la siguiente cita: “Yo vivo a tres casas de la de mi mamá y no la visito porque visitarla es para que diga <<nada más vienen a ver que se comen>> usted sabe como son las mamás que si las visitas porque las visitás y si no porque no nunca se les queda bien” (30 marzo 2011). La alteridad se construye a través de ese extrañamiento, pero Conrado acepta que su madre tiene esa forma de expresarse que en realidad en el fondo se preocupa de sus hijos y que le da gusto verlos.

En el caso de la relación de Conrado con sus hijos se da el mismo fenómeno arriba descrito. Y aunque los hijos de Lucía están en una etapa de crecimiento muy distinta a la de los hijos de Conrado, para ella si es importante que las niñas le cuenten como van en el kínder al que asisten, lo expresa diciendo “A mí me tiene súper contenta, cada vez más realizada con mis hijas, cuando llegan del kínder y me cuenta que hizo esto y esto, me tienen súper realizada los tres” (30 marzo 2011)

Para Conrado que sus hijos le comenten sus asuntos es entrometerse en las relaciones que ellos establecen, por ejemplo dice: “Ni con mis hijos a veces llegan a contarme papi es que Susana que es la novia de uno de ellos, y yo le digo vea papito yo en sus problemas sentimentales no me meto, porque si le doy un consejo usted no va a hacer caso, si yo le digo a usted ahí no vaya por que hay un hueco usted más rápido se va. El problema es que hay que dejarlos que experimenten por cabeza propia” (30 marzo 2011)

Sin embargo la alteridad no solo está en la manera de ver al otro e interiorizarlo, sino que desde una visión amplia de esta categoría –la alteridad- se halla en la manera ética de convivir con los demás, es aquí donde juega el respeto por las diferencias y la búsqueda de conciliación entre lo que se espera del otro y lo que realmente hace. Del respeto de la identidad del otro, nace una convivencia más o menos armoniosa que permite el mirar a ese otro no en términos de la lejanía sino desde la convivencia. La alteridad es el trato con el otro “mi relación con el otro” igual pero distinto, que incluye la capacidad ética de reconocerlo y responsabilizarse de quién es, de lo que hace o desea.

Los procesos de diferenciación en el núcleo familiar se basan, entonces, en la experiencia de lo extraño. Se trata del reconocimiento de cada uno de los miembros en el *yo* visto desde lo desconocido.

En el ámbito familiar la alteridad nace de la tensión que cada sujeto tiene con otros miembros, es producto de la negociación que cada uno realiza para recibir las normas de los demás miembros y sus percepciones acerca de dichas normas. La alteridad dentro de la familia, entendida como la identificación de la diferencia del otro, le permite a la misma reconocer al otro plenamente en su dignidad y derechos, etc. Cuando es el caso de los hijos que llegan a la adolescencia la familia completa enfrenta un periodo de ajuste.

“Nunca tuvimos problemas chiquitillos no, pero cuando crecimos si por diferencia de opinión”, aunque Conrado reconoce que las tensiones alrededor de las discusiones entre él y sus hermanos y los desencuentros por las distintas labores que debían realizar, en su momento no fueron sencillas de llevar, dice que no provocaron grandes conflictos. Lo que les permitió crecer reconociendo las diferencias de unos y otros y asimilarlas con el paso del tiempo.

La importancia de comprender cómo se vive este proceso en la familia reside en que, la mayoría de los recursos de los que los individuos disponen para definir sus relaciones humanas y sociales, son derivadas de los vínculos que establece con los miembros de su entorno de origen.

Se puede decir que en los casos que se estudiaron, la socialización pensada desde el otro en función de los roles preestablecidos y desde unas condiciones de decisión muy limitadas en cuanto a la escogencia de trabajo dentro de su familia de origen, marcó una pauta para las relaciones posteriores.

A su vez, dichas relaciones influyen la formación de creencias, hábitos e indicadores de riesgo para definir actitudes y conductas frente a la alimentación, las relaciones interpersonales, el entorno social y ambiental, la enfermedad y la muerte, entre otros. Por lo tanto la manera en que se piensa el entorno y cómo se educa a los miembros de las familias en cuanto a las relaciones con los otros va a marcar la manera en que se conciben las demás relaciones sociales, los parámetros con los que cada individuo va a ver a sus otros significantes, dependerá de cómo se manejaban al interior de la familia.

Cuadro #11: Concepto de Alteridad

Procesos que acontecen al interior de las relaciones sociales de reflexión, re-conocimiento y construcción de otras personas en las familias de Vendedores Ambulantes <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">↓</div> <div style="text-align: center;">↓</div> </div>	
Tienen efectos sobre cómo se ve a los otros	Tiene efectos sobre cómo se ve a uno mismo
Reconocer a otras personas como distintas a sí misma (separar) (con puntos de vista, pensamientos, actitudes distintas a las propios)	Reconocerse a uno mismo como distinto de los otros
Reconocer a otras personas como parte de uno mismo (acercar-identidad)	Reconocerse a uno mismo como similar a los otros
Imágenes que se construyen al descubrir al otro	Imágenes que se hacen de uno mismo al descubrir al otro

Fuente: Elaboración propia

En términos antropológicos la alteridad es vista como la capacidad de ser otro, de alternar, de tomar o ponerse en el punto de vista del otro. Es también la capacidad de reflexionar sobre uno mismo, a partir de la visión y el conocimiento que se tiene del otro. En ese sentido estamos hablando de una alteridad dialógica. En las familias ésta nace de la conciliación de la diferencia, ya que se acepta que cada miembro es en sí mismo distinto en gustos, deseos y

proyectos, pero cada una de las personas que comparten el vínculo familiar tratan, en mayor o menor medida unos y otros, de entender esas diferencias y respetarlas.

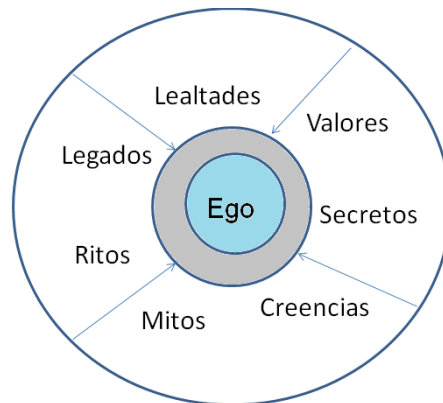
La alteridad familiar nace entonces del punto medio de dos o más discursos, que aunque son diferentes entre sí pueden reconocer que existe algo de legítimo en cada cual, por lo que se interioriza aquello que cada uno considera como válido y se relega lo que no lo es, dando como resultado un nuevo discurso en el que caben los demás a pesar de ser inicialmente distintos.

Al ser la alteridad familiar una temática poco común se presentan escasos instrumentos para evaluarla. Por esto se plantea la necesidad de abordarla desde nuevos medios que sean capaces de comprender la calidad de la interacción entre los miembros y que permitan evaluar realmente la dinámica familiar.

Entendiendo que la familia es producto de la construcción social e histórica y que se encuentra en constante cambio, ya que las condiciones en las que se desarrolla pueden pasar de lo estable a la crisis de forma constante.

En la construcción de la alteridad en la familia se presentan los siguientes aspectos:

Ilustración # 3. Construcción de la alteridad del ego



Que se pueden entender de esta manera:

- a) *Lealtades*: fuerza que tensa las relaciones del grupo y les exige cambio. Apoyo incondicional en las situaciones difíciles como embarazo adolescente o fallecimiento de uno de los miembros.

- b) *Valores*: corresponden al pensamiento familiar. Responsabilidad y honestidad que marcan la pauta para trabajar y vivir.
- c) *Creencias*: presupuestos que constituyen lo que es verdadero o falso para esa familia. Las ideas de los egos en este sentido se enfocan en que las formas en las que sus antecesores vivieron les dieron las herramientas para ser lo que son.
- d) *Mitos*: sirven para encubrir una realidad dolorosa y que no se explica conscientemente. Explicaciones mágico-religiosas acerca de la realidad de uno de los miembros de la familia.
- e) *Ritos o rituales*: sirven para transmitir los mitos y señalan transiciones del núcleo familiar. Formas de disciplinar y educar.
- f) *Legados*: fenómenos que revelan a las siguientes generaciones los principales aspectos de la familia actual y que se esperan tengan continuidad. Constante socialización con el contexto de trabajo, en medio del cual se reafirman los valores familiares.
- g) *Secretos*: se trata de esconder hechos o sentimientos que no corresponden a los patrones familiares (la adopción por ejemplo). (Gonzales, 2007). En este caso se presenta la evasión de la conversación acerca del encarcelamiento de la madre de una de las entrevistadas.

Para Lucía la lealtad de su grupo familiar se presentó cuando de adolescente quedó embarazada, para ella fue la demostración de que la ayuda incondicional podía presentarse en su familia, por lo que en la actualidad ella está dispuesta a retribuirles por ese acto con sus actitudes hacia ellos.

Conrado hizo suyos los valores que en su vida familiar sus padres reprodujeron y los lleva hasta su propia familia, lo que marca la manera en la que se relaciona con sus hijos y esposa y desde ahí los ve como esos otros iguales pero distintos.

En el contexto de trabajo de los VA la cooperación, la solidaridad y la lealtad, nacen del encuentro de los valores que cada uno reproduce, como parte de entender a ese otro cercano y sus circunstancias, todos saben lo que es ser vendedor y por eso se logran poner en los zapatos del otro. Dicho encuentro puede verse como un medio de supervivencia, porque prevalece a pesar de las alteraciones que se dan dentro del ambiente en el que conviven.

Las formas que toma la subjetividad (microcosmos) en el plano de lo social (mundo) son acciones objetivas que son percibidas por el conjunto social en el que las familias de VA están inmersas. Debido a la proximidad y cotidianidad con la que el ser humano hace el traslado de un ámbito a otro, se produce la falsa impresión de que el sentido común es suficiente para entender lo que sucede al interior de la familia, es por esto que debe existir un constante extrañamiento de lo cotidiano y dejar de lado las suposiciones comunes.

En el proceso de conocimiento de la alteridad familiar es necesario ser empático con quienes se trabaja¹⁷. Y para su análisis el investigador debe de salirse de sí mismo para conocer realmente lo que sucede en el seno familiar de ese otro que estudia y reconocer que la alteridad es el relieve del otro frente al otro cuando el otro está dado. Según el psicólogo Freddy Gonzales se trata de un ejercicio a nivel subjetivo y cualitativo entre egos (2007), pero que tiene efectos sobre las prácticas concretas de las personas, en especial en las laborales.

En el caso de los VA se tiene claro que para lograr comprender en detalle sus formas de vida es necesario despojarse de la mirada de la exclusión impuesta por el discurso dominante. Donde el VA ocupa el lugar del *bárbaro*, y la imagen que se ha creado de él es construida a partir de estigmas. El VA se convierte entonces en un ser tan lejano que provoca miedo y desconfianza, lo que es el motor del rechazo que sufren en la sociedad.

El nivel de interacción con las personas en el ambiente de la calle debe generar el mayor grado de confianza para acceder a las estrategias para llevar a cabo la actividad económica. Cabe decir en este punto que para algunos los límites entre lo doméstico y el trabajo se han diluido y existen expresiones como: *la calle es como mi casa* (Lucía 7 feb. 2011). Por lo que la agudeza a la hora de mirar el espacio de trabajo en el que se encuentran los VA, debe ser muy grande.

Dicha agudeza ayudó a diferenciar los momentos en los que los VA ubicaron a otras personas que no tienen filiación sanguínea o familiar en el mismo plano de los que sí lo son. Lo que puede deberse a la calidad de las relaciones existentes y al vínculo de reciprocidad extendido, que nace a partir de la solidaridad y que se propicia en la calle durante el trabajo.

Desde esta perspectiva se puede señalar que la alteridad familiar se produce entre el sistema de relaciones (endógenas) de un grupo familiar. Pero además la producción de alteridad

¹⁷ Empatía en el sentido de Lévinas (1993) cuando el “uno es para el otro lo que otro es para uno”

se haya influida por las relaciones (exógenos) presentes en los sistemas que rodean la familia. (Gonzales, 2008). El conjunto de relaciones objetivables y subjetivables que se entretienen dentro del sistema familiar dieron cabida a la indagación desde la alteridad, lo que llevó al análisis desde dos escenarios: el endógeno o la dimensión cognitiva y el exógeno que manifiesta en las interacciones sociales observables entre las que se cuentan rostros de agrado, hábitos de interacción afectiva, asertividad. Lo que se ve es la construcción de proxemia en la familia mientras interactúa ya sea con otros o con los miembros del núcleo familiar.

Por otra parte, existe la alteridad que se construye en el seno de la propia familia, o sea en el mismo núcleo de aquellos que la componen. En este plano se observan las relaciones construidas entre los padres e hijos, entre los hermanos, las relaciones entre los padres (si es que están presentes y tienen una relación). Cada miembro complejiza el contexto en el que se dan las relaciones por medio de su individualidad y de la constante interacción con los otros.

La familia y su significado

Al considerarse la familia una categoría de análisis no se está pensando en ésta como una cuestión meramente morfológica, sino como una entidad que, al estar inmersa en la sociedad, permite conocer la manera en la que persiste la estructura simbólica de la misma y además las condiciones económicas y sociales del grupo humano al que pertenece la familia (as) en cuestión.

Si vemos a la familia desde las funciones, dígame transmisión de recursos, difícilmente podremos hacer una lista universal de funciones que sirvan para una definición de unidad doméstica aplicable a todas las sociedades. Sin embargo, desde los aspectos morfológicos nos hallamos ante categorizaciones formales para una explicación de su significado cambiante en el tiempo y entre culturas.

Por lo anterior la definición de familia en el caso de los VA debe abarcar espacios y formas que no obedecen a los esquemas tradicionalmente planteados. Las características de establecimiento de las relaciones de parentesco se tomó como una manera de describir el panorama en el cual se observa la población con la que se trabajó, sin embargo, el eje central lo

constituyen las estrategias con las que las personas alrededor de la práctica de la venta ambulante se han organizado. Por otra parte, se analizó cómo es que se perciben las relaciones alrededor de las diferentes funciones dentro del grupo de los VA, además se prestó atención a cuál es el significado de la organización familiar dentro del grupo de los y las vendedores (as).

Nancy Piedra, socióloga costarricense, sostiene que muchos de los estudios de parentesco han sido enfocados en cómo se establecen las relaciones en la familia y cómo se mantienen de generación a generación, en donde la familia es vista como aquella institución que acompaña los procesos civilizatorios (donde se ubican Parsons, Linton, Lévi- Strauss y en América Latina, Germani y Darcy Ribeiro) (2007).

En las ciencias sociales han surgido interrogantes acerca de las relaciones sociales más cotidianas como el establecimiento y permanencia de los sistemas de parentesco y su reproducción, ya no se ve la familia en función del matrimonio, sino que se le da valor a cómo las personas se ingenian nuevas formas de hacer frente a la realidad de la que son parte. En la actualidad cuando se hace referencia al matrimonio no se está diciendo automáticamente familia, porque aunque en ocasiones es mediante este ritual que se incorporan nuevos sujetos a un grupo social ya existente, no siempre se cumple que las relaciones entre las parejas sean permanentes o ritualizadas. Las primeras aluden a que ya no se tiene como referente de matrimonio el “hasta que la muerte los separe” y las segundas a que no siempre se da una ceremonia que da pie a la unión conyugal.

La familia es un grupo social que consiste de dos o más personas que han contraído un compromiso, ya sea de alianza o consanguínea (relación de alianza es entre marido y mujer; filial es entre padres e hijos y consanguínea entre hermanos) y que puede que compartan un espacio de interacción común. En la actualidad la idea de familia vista desde la unión conyugal, ha sido tema de debate.

Las transformaciones experimentadas en las familias tanto en la estructura como en su forma, obedecen a los cambios sociales y económicos, tales como la inserción de la mujer en el mercado laboral y prácticas más democráticas que ponen en jaque el sistema patriarcal (Piedra, 2007).

La estructura familiar puede estar integrada por uno de los padres y los hijos, por la abuela y sus nietos, o por dos personas que sostienen una relación conyugal y sus hijos, en este caso la familia será vista como un conjunto de relaciones entre las personas que conviven y que forman un entretejido de relaciones hiladas por vivencias basadas en la tolerancia y el reconocimiento, lo que antes se denominó *alteridad* que en ocasiones comparten ingresos, producción (actividad económica), residencia y transmisión de recursos. De pronto la estructura familiar está compuesta por figuras que no son padre, madre e hijos: “mis cuatro hijos y yo somos la familia, mi esposo ya no vive con nosotros, mi hijo mayor es quien me ayuda con las ventas” (Estrella¹⁸, 19 de junio de 2010). Por otro lado, el sostén económico ha recaído en otras personas “yo he mantenido a mis dos nietos con este trabajo, mi hija está en Nicaragua” (Auxiliadora, 19 de junio de 2010).

Derivado de esto se encontró que las relaciones familiares de las personas participantes en la investigación, están en constante negociación con base en la igualdad, hasta cierto punto, y no se piensan desde la base religiosa o cultural del “para siempre” típicos de las sociedades occidentales. Por estas razones se decidió mirar más allá de las tipologías que predominan en la visión de la población en general, acerca de lo que deberían ser las familias.

A partir de ello y preguntándole a Lucia acerca de los roles familiares nos dice:

“Siempre ando en la calle tengo libertad lo único es que hay que lavar ropa, pero lo único es de servirle de mujer en la casa y esas cosas, en la casa se dividen las funciones o él con los chiquitos y yo con las cosas o yo con los güilas y el con las cosas” (30 marzo 2011).

Lo que concuerda con la idea de que las familias ya no se miran como si fueran homogéneas sino que se reconoce la existencia de las particularidades de cada uno de sus integrantes, sus necesidades y la interacción de cada cual desde este espacio particular (Piedra, 2007). La concepción de la familia como instancia social en la que se llevan a cabo las funciones sexuales y procreativas, ha cambiado y las personas cada vez con mayor frecuencia

¹⁸ Todos los nombres usados son seudónimos y no corresponden con los nombres reales de los participantes para garantizar su anonimato.

relegan el tener hijos y ven la familia como un espacio para el crecimiento personal, Lucía en la cita anterior lo define como libertad, es decir si tuviera una pareja con la que no tuviera que trabajar y tuviera que estar en casa quizá no se sentiría tan a gusto, ya que desde pequeña ha estado en el ambiente de las ventas y lo considera parte de su identidad como mujer.

Sin embargo, se encontró que los patrones del patriarcado aún están presentes en la idea acerca de la familia en el caso específico de Conrado quien dice que:

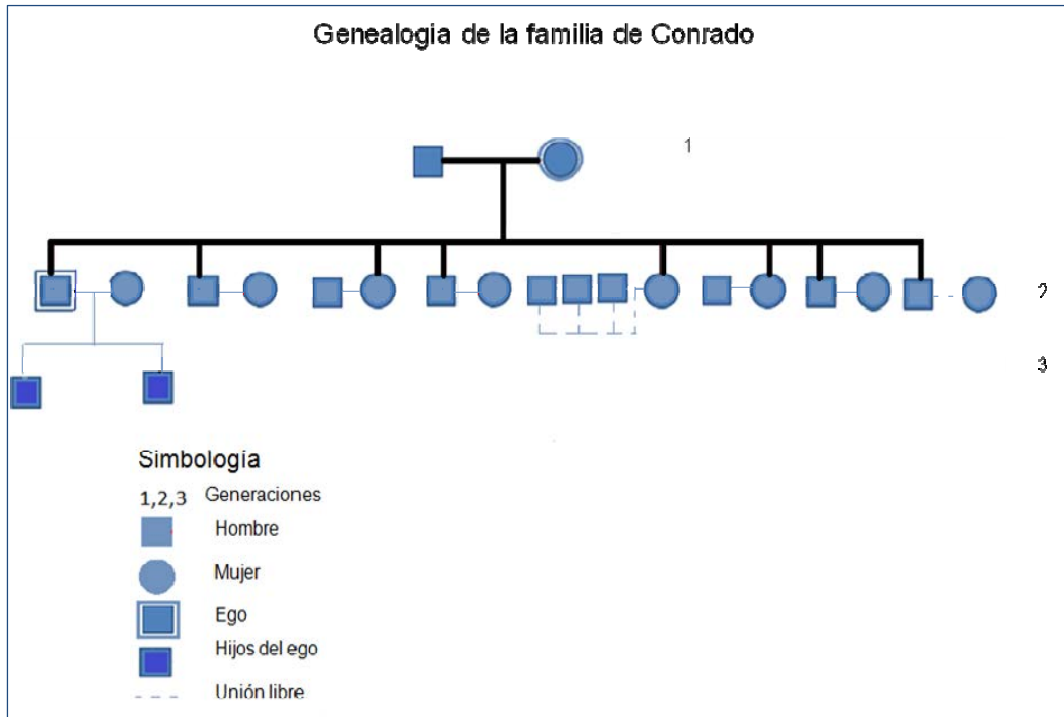
“La mujer tiene que ser responsable de su casa nosotros a ella le damos un día libre al mes que ella no hace nada ella un domingo se tira ahí en la casa, nosotros lavamos, hacemos el almuerzo pero fuera de ese domingo no, si fuera que mi esposa está enferma yo hasta los calzones le lavo pero si está buena y sana ni una cuchara lavo, es que cada quien tiene su rol en la familia el padre es el de llevar sustento a la casa el de la mujer es mantener la casa, y los hijos tienen que cooperar para la familia” (30 marzo 2011)

Esto muestra que en la sociedad existen diversas ideas acerca de lo que es la familia y las expectativas que se crean alrededor de los miembros que las componen. Esto puede obedecer a los contextos históricos en los que las personas entrevistadas crecieron y por tanto han reproducido ideas en sus familias que en la actualidad son muy debatidas, como lo es el papel de la mujer y su realización personal. Además como la familia no es un ente aislado es influido por ideas que la sociedad reproduce como medio de dar uniformidad y para ejercer el control.

De alguna manera la familia puede ser vista como un sistema abierto, en interacción permanente, compuesto a su vez por subsistemas, unos más o menos estables (conyugal, fraterno, y paterno - filial) y otros ocasionales o temporales (según edad, sexo e interés). Pero ambos, persona y familia, están conectados con un suprasistema, que puede ser inmediato (barrio, vecindad, comunidad) o más amplio, la sociedad en general (González, 2002). Las familias de los VA están compuestas de madres solteras, abuelas encargadas de sus nietos, parejas, divorciados, solteros. Por lo que el sistema es diverso en su composición, por ejemplo con las personas que se trabajó más tiempo dominan las relaciones conyugales y paterno – filiales.

A continuación se hace una ilustración de la estructura familiar de dos de los casos con los que se logró mejor empatía:

Diagrama #4. Genealogía de Conrado



Fuente: Elaboración propia

Conrado es hijo de una vendedora ambulante conocida como la Machita, que en el diagrama anterior aparecen con un reborde al igual que los hijos de Conrado para indicar que aún se dedican a la venta en San José o lo han hecho hasta hace poco. Él está casado pero su esposa no es vendedora, trabaja para una empresa de limpieza.

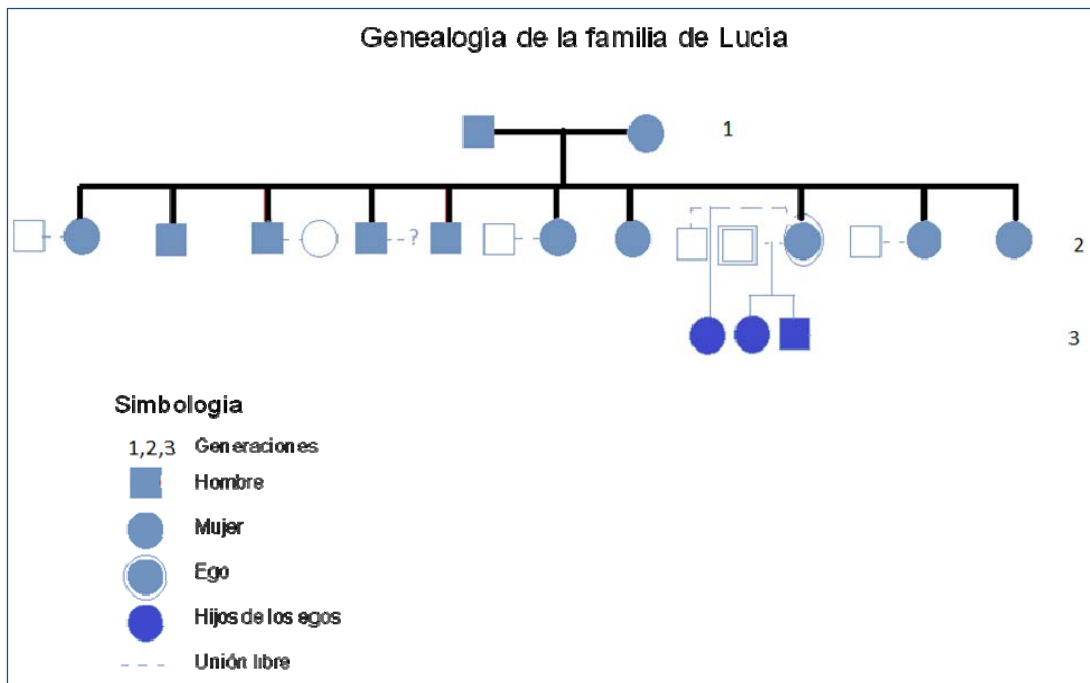
La familia de la Machita estuvo compuesta por ella y el padre de sus hijos, ahora están separados, y por sus ocho hijos (cinco hombres y tres mujeres), todos en algún momento tuvieron que ser vendedores para ayudar a su madre, sin embargo solo Conrado mantuvo este oficio como parte de su realización laboral y además es el único que llevó a sus hijos para que le ayudaran los fines de semana.

Seis de los hijos se han casado, uno se encuentra en unión libre y una no tiene una pareja estable aunque ha tenido tres parejas con la que ha tenido hijos.

En la investigación se hace énfasis en la relación paterno – filial, en el caso de Conrado por ser con los que se trabajó y debido que son los que se mantienen en la venta ambulante a pesar de los años.

Por otra parte está el caso de Lucía:

Diagrama #5. Genealogía de Lucía



Fuente: Elaboración propia

Lucía también es hija de una vendedora ambulante, tiene 10 hermanos quienes al igual que ella desde niños estuvieron al lado de su madre vendiendo.

La atención se centró en Lucía y su pareja Carlos quienes venden chiles, mandarinas o cualquier otro producto al que tengan acceso. Lo que llamó la atención en este caso es que

estaban con sus hijos en la calle vendiendo, el menor de ellos tenía en el momento que se finalizó el trabajo de campo siete meses de edad, esta situación fue la que hizo que fueran sujetos idóneos para la investigación.

En esta familia (extendida)¹⁹ prevalecen las uniones libres como manera de establecer relaciones de pareja, lo que puede deberse a la forma en la que la madre estableció las relaciones, en la genealogía de Lucía no aparece pero su madre tuvo varias parejas e hijos con varias de ellas, sin embargo, no se pudo detallar la información porque Lucía no estuvo dispuesta a discutirlo.

Lo que hace a estas familias sujetos de investigación es que en ambos casos las relaciones estuvieron, en alguna medida, atravesadas por la economía popular y el ejercicio de la misma.

Se tomó en cuenta el caso de Esperanza por ser ilustrativo de las situaciones de los niños en las calles, ella labora con su esposo en la venta ambulante y además su hijo mayor está junto con ellos para mantener a su esposa y su hijo. Además se tomó la experiencia de Rosa quien tiene dos hijos en edad escolar, mas a este caso no se le pudo dar continuidad ya que no se tuvo más contacto con ella. Las anotaciones acerca de ellas se encuentran en el cuarto apartado de este capítulo.

Las relaciones antes descritas están sujetas al ambiente en el que nacen y en el que se desenvuelven, éste define sus dinámicas y maneras de hacer frente a las diversas situaciones que puedan surgir. En el caso de los VA la calle es su lugar de trabajo y de constitución de la familia, en ella se diluye su realidad familiar, social, cultural y económica, en medio de las aceras se fortalecen los vínculos y se producen recursos para la subsistencia. Todo en medio de un agitado contexto lejos de la privacidad del hogar o de la comodidad de una oficina.

La realidad que enfrentan los VA en las calles de la capital, les impulsa a desafiar las estructuras establecidas para los roles asignados según el sexo y la edad, para cada familia las condiciones son diferentes, por lo que las dinámicas bajo las que interactúan son de acuerdo a las mismas. De tal forma que los jóvenes asumen pronto responsabilidad de ser quienes ayuden al sostenimiento económico de la familia, las mujeres son visibles en medios públicos

¹⁹ Es decir, los hermanos (as) y abuelos que se relacionan con Lucía y su pareja Carlos

compartiendo condiciones con sus parejas o solas y los hombres dejan de lado patrones establecidos de que deberían de ser y hacer.

“Desde que estuve en la panza de mi mamá ando en la calle vendiendo”

(Lucía 30 marzo 2011)

En ocasiones los menores de la familia aportan protagonismo en la escena que se muestra a los ojos de quienes observan, jugando en la acera con las mandarinas, corriendo de una esquina a otra o cuidando a los que aún no caminan y miran a los compradores desde un coche.

“Ahora mi hijo está aquí conmigo porque después de que va al kínder no tengo con quien dejarlo, el se queda dentro de esta tienda mientras estamos aquí afuera vendiendo el culantro” (Esperanza, 10 marzo 2011)

Lo anterior puede ser ilustrado con una fotografía tomada en el lugar de trabajo de los vendedores:

Fotografía #16. Familia de vendedores ambulantes



Fuente: Karla Vega setiembre 2010

Aunque podría esperarse que la calle signifique un ámbito poco humanizado, debajo de la lluvia y del sol se esconden miradas, gestos y manifestaciones de solidaridad con ese *otro* que se vuelve cercano en la distancia.

En razón de estas situaciones, se maneja en forma incesante en el lugar de trabajo de los VA una situación de normalidad-anormalidad (*venta-decomiso*), función-disfunción (*policía-inseguridad*), vida-muerte (*alimentación-golpes*), mente-cuerpo (*ánimo-cansancio*)²⁰ (González, 2002). El uniforme que utiliza la Policía que a cualquier otro ciudadano podría darle seguridad a ellos les genera prevención, por no llamarlo miedo.

Estas dualidades pueden expresarse en las formas en que los VA se relacionan con los actores del contexto, por un lado, mientras uno de los vendedores afirma que puede vender sin problemas en el lugar en el que se encuentra, por otro, camina con la caja de manzanas al hombro por que se está ejecutando un decomiso y expresa que el asunto es que la policía no los deja en paz. Aquí la figura de la policía no es un ente de seguridad sino de riesgo ante la posibilidad de perder la mercadería.

Algunos de los vendedores dicen que ser vendedor les gusta, sin embargo, en ocasiones se les ve apesadumbrados por las situaciones que enfrentan a diario con la policía y con la imagen socialmente asignada. Pero cuando se les interroga acerca de su opinión de ser un VA se expresan positivamente de la actividad. Dándose un contraste entre lo que se muestra al exterior y lo que se dice.

Dichas situaciones hacen que los miembros de las familias estén en constante comunicación, las alertas son su ir y venir, idean formas de cargar la mercadería hoy en los hombros mañana las arrastramos en la caja de plástico por calles en las que es menos difícil que los alcancen. Lo que puede ocurrir es tan variado que hay que estar preparado para todo en cualquier momento, sea bueno o no tanto.

La falta de recursos para acceder al sistema económico validado socialmente puede constituir una limitante para las familias de VA. Aunque visto desde la economía popular esta misma falta de recursos puede que no solo tenga consecuencias negativas, sino que está relacionada también con procesos de reacomodo del desarrollo familiar ya que al no tener formas

²⁰ El texto en cursiva es mío.

legítimas de inserción, la venta ambulante se convierte en su medio para garantizarse los recursos de subsistencia, como parte del ingenio que nace en condiciones adversas.

Por lo que una experiencia difícil vivida dentro de una familia puede implicar transformaciones que pueden ser fuente de crecimiento, cambio, y desarrollo según las capacidades de cada uno de los miembros (González, 2000).

Por sí solo un evento o condición puede que no generen desequilibrio dentro de un grupo familiar, depende del significado que se le otorga, y de la capacidad adaptativa de la familia. Dicha capacidad es la que hace que sea importante contar con lazos estrechos basados en la reciprocidad dentro de la economía popular, ya que las mismas proveen un soporte emocional y económico para la ejecución de la práctica.

“Creo que las familias son personas que se necesitan unas a las otras que se ayudan en lo que puedan, que estén pendientes de lo que necesita una a la otra, que ayude hasta lo más allá”(Lucía, 30 marzo 2011)

“Si me siento apoyado por ella (por su esposa), además si me dice que deje el trabajo no lo voy a hacer porque esto me gusta además ella me conoció aquí y aquí creo que me voy a morir, ella nunca se ha metido con el trabajo” (Conrado, 30 marzo 2011).

En el caso de los VA la familia se convierte en un recurso con el que cuenta para desarrollar la dinámica misma de la venta, ya que la ayuda de varios de los miembros facilita la interacción en diferentes escenarios: doméstico, comunitario y de trabajo. Esto dado que en el caso de Lucía en la misma cuadra en la que ella se encuentra se hallan también varios de sus familiares siendo una red de apoyo para los momentos de los decomisos, almuerzos, para estar atentos de los niños o simplemente para ir al baño.

En la siguiente fotografía aparece Carlos junto con el padrastro de Lucía, él le entrega el cambio de un billete en monedas para que pueda dar los vueltos a los clientes.

Fotografía#17. Carlos en su puesto de trabajo



Fuente: Marlon Mejía, noviembre 2010

Elaboración de la genealogía narrada

La genealogía como recurso metodológico ayuda a reconstruir las formas en las que se tejen las relaciones dentro de un grupo familiar, además permite verlas de manera gráfica contribuyendo a observar los cruces entre las relaciones o la ausencia de las mismas.

La genealogía ha sido un recurso que se ha utilizado en la Historia más que en otras áreas de investigación, en especial porque se ha sobreestimado el alcance que tiene en la investigación de las relaciones sociales que se establecen en distintos grupos humanos. Ésta fue utilizada para acceder a las formas de articulación simbólica que opera en las familias de VA.

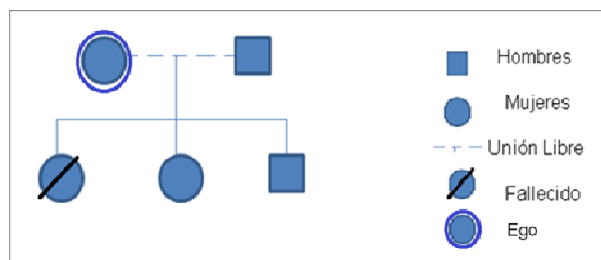
“La introducción de este método en la antropología se le atribuye a Rivers, médico y psicólogo británico. Dentro de los usos que este autor le asigna a la genealogía, esta que permite

la investigación de las leyes que regulan la filiación y la herencia de la propiedad, esto es, el traspaso de los bienes, la sucesión en los cargos o la transmisión de nombres personales y/o de sobrenombres colectivos” (Jociles Rubio, 2006). Por lo que en el caso de las actividades económicas como las ventas ambulantes, puede que tengan un papel similar.

La genealogía consiste en un procedimiento técnico por medio del cual se recaban datos acerca de los miembros de una o más familias. La genealogía, como tal es la expresión gráfica de las relaciones ya sean filiales (padres – hijos), de alianza (matrimonio), y consanguínea (hermanos) entre los sujetos entrevistados (Davinson, 2007). Los gráficos consisten en un conjunto de símbolos que identifican a los egos y a sus parientes cercanos.

En el caso de los hombres pueden estar representados por cuadros y las mujeres por círculos, los cuales están unidos por líneas continuas o no según sea el vínculo entre los sujetos. Un ejemplo de esto sería:

Diagrama #6. Esquema de una genealogía



Fuente: Elaboración propia con fines ilustrativos

Es importante subrayar que las genealogías se considerarán como un discurso, para darle un enfoque particular a cómo se construye la historia de los VA y perfilar el significado de algunos aspectos de la vida social, con lo que se pretendió identificar la construcción de la alteridad familiar.

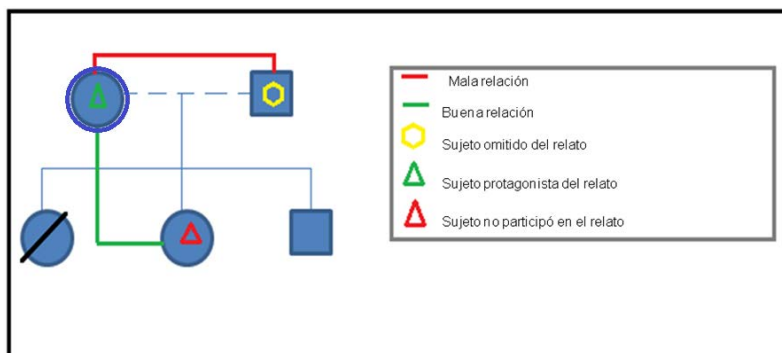
El eje central en torno al cual gira la genealogía narrada son las experiencias que se guardan en la memoria familiar, en la que cada uno asumió un papel específico, del cual los

demás deducen funciones, capacidades e imaginan y reelaboran sus papeles como miembros de la familia.

La narrativa de estas historias dará acceso a los mitos familiares y a conocer cómo los interpreta cada miembro. En cada caso, quien narra la historia como quien la escucha tiene una valoración diferente de los actos, lo que se manifestará en las intervenciones durante el proceso narrativo. En este punto los egos contarán las anécdotas más significativas para cada uno en presencia de los demás miembros, cada uno pondrá énfasis en el papel que él mismo cree que jugó en el hecho, pero los demás dirán como sucedió para ellos y las imágenes estarán compuestas por las miradas de cada miembro. Las intervenciones pondrán en la mesa cómo se perciben entre sí los egos. Dentro de lo que interesa está la elocuencia de los personajes, las figuras sociales que representan, los contextos en los que se dieron los hechos y el significado que los miembros le asignaron al acontecimiento. Lo que se pretende con esta dinámica es mostrar cada miembro de la familia, las figuras que representan, el papel económico que cumplen, la elocuencia al hablar, los hechos de los que hablan o la narración de experiencias significativas en términos de ellos como VA y el significado que asignan, los valores, los mitos y ritos, las lealtades y las solidaridades.

Para ilustrar lo anterior se elaboraron diagramas en los que aparecen los egos y los miembros de la familia presentes durante la narración de las experiencias. Por medio de líneas de colores distintos y símbolos, se indica el papel del ego dentro del hecho del que se está hablando. Un ejemplo de ello sería:

Diagrama #7. Esquema de una narración



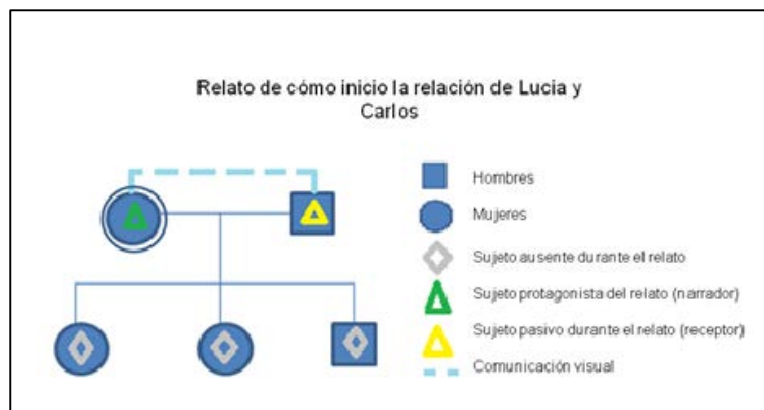
Fuente: Elaboración propia con fines ilustrativos.

La genealogía como recurso, fue útil para conocer cuál es el trato social que se le da a las relaciones entre los miembros, y el proceso de construirla permitió que afloraran las memorias familiares más significativas. Además de esto la genealogía ayudó a comprender las formas de movilidad espacial, intercambios matrimoniales, así como los patrones de comportamiento.

“La relación comenzó cuando una vez Lucía le pidió que le cuidara la mercadería para ir al baño y después se hablaban y saludaban en el trabajo. Salieron en varias ocasiones y una de ellas fue para el Festival de la Luz al cual llegaron con las niñas. Lucía dice recordar que Carlos era bastante juega de loco –engreído- y que al principio por eso no le hablaba mucho” (Lucía, 24 feb. 2011)

Para organizar la experiencia arriba citada que fue narrada en la calle por Lucía, quien para este caso es la protagonista de la narración, el esquema correspondería de la siguiente forma:

Diagrama #8. Narración de Lucía



Fuente: Elaboración propia con fines ilustrativos.

En el anterior diagrama Lucía relata cómo comenzó a hablarle a Carlos en el trabajo, la línea celeste claro indica no existencia de comunicación visual entre ellos o la falta de fluidez de la misma mientras la narración está en curso. Las dos hijas de Lucía no estaban presentes entonces por eso no participaron. Carlos se mantuvo siempre al margen de la narración y por eso se indica como sujeto pasivo, aunque escuchaba, no hizo acotaciones mientras Lucía hablaba, lo que puede estar relacionado con la iniciativa de Lucía y no de Carlos al inicio de la relación.

Lo que se invierte cuando es Carlos el narrador:

En diciembre de 2009 fuimos a Burger King a comer y como de costumbre fueron las niñas. Fuimos los cuatro las dos niñas y nosotros. Cuando estábamos en la mesa –interrumpe Lucía- una de las niñas le echo el refresco encima. (Lo comentó mientras reía y miraba a los ojos a Carlos) (Carlos y Lucía, 24 feb. 2011).

Mediante la narración de este tipo de experiencias familiares es que se establece cuáles hechos y relaciones han sido significativas para los VA (tomando en cuenta la emotividad que se adiciona al relato), de modo que por su peso influyen las elecciones de comportamiento de los sujetos.

Del mismo modo los más pequeños pueden por medio de dibujos expresar el significado de algunas de las vivencias que han atravesado junto con sus padres, lo que, además, les permite ser parte activa de la narración. Esto da como resultado una sintonía a nivel memorístico en el momento de la elaboración de la Genealogía Narrada.

A través de dichas experiencias se hizo hincapié en la forma en la que se dan las relaciones familiares actuales, la reproducción del capital social de la comunidad de la que son parte los vendedores, hasta las elecciones que corresponden a las actividades económicas.

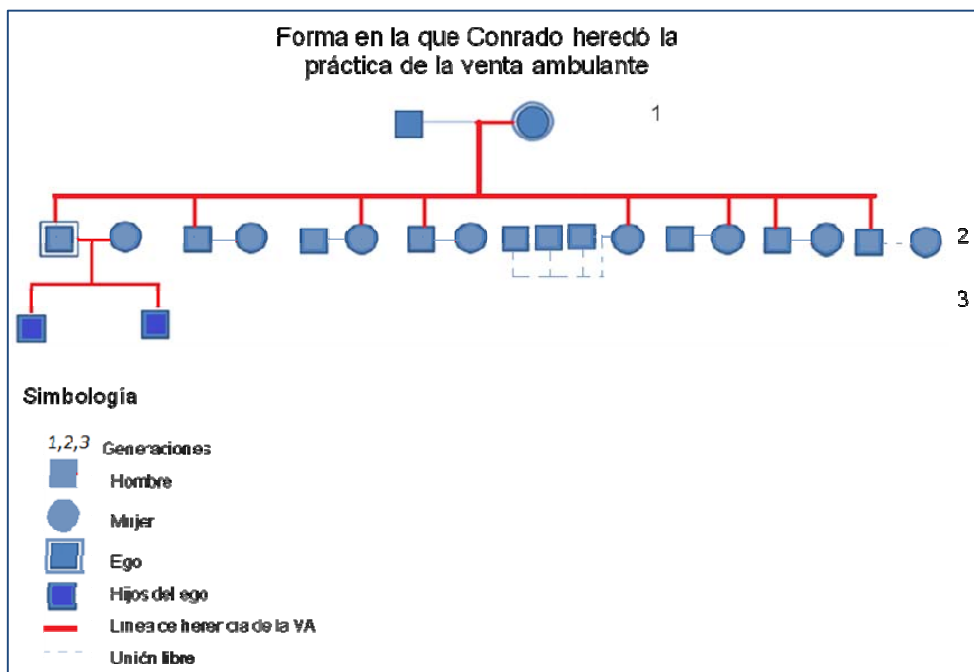
Un registro detallado de las narraciones hechas por los individuos alrededor de experiencias significativas, que tienen que ver con la familia, la comunidad, y las elecciones personales así como de las prácticas económicas, permitió la reconstrucción de los acontecimientos que rodean las situaciones que generan el modo de vida actual. Se profundiza de esta manera, en las estructuras simbólicas de los sujetos por medio de la memoria familiar o comunitaria.

En el caso de los VA se conoció que el hecho de que sus padres fueran VA y que sea una actividad de la que se pueden obtener los recursos necesarios para la subsistencia, los individuos han elegido para sí la economía popular como su actividad económica, por lo que dicha decisión está ligada además de la condición socioeconómica, a otros factores que no se han profundizado.

Otro de los aportes que tuvo el elaborar los diagramas de la genealogía fue que permitió ver cuáles son los miembros de la familia más importantes, ya que a la hora de dibujar las relaciones son los que aparecen primero en la memoria y no en el orden de nacimiento

Además de lo anterior la genealogía permitió saber cómo se transmitió la práctica de la venta ambulante en las familias estudiadas, por ejemplo a continuación se presenta la genealogía de Conrado. En ella aparecen sus padres en la primera generación señalada con el número uno, seguida de la generación de sus hermanos con el número dos y la de sus hijos, la número tres. La línea de color rojo indica la forma en la que aprendieron el oficio las tres generaciones, y aunque todos los hermanos de Conrado tuvieron que trabajar como VA, cuando eran jóvenes, solo él continúa trabajando como tal y es el único que lo transmitió a sus hijos.

Diagrama #9. Herencia de la actividad económica en el caso de Conrado



Fuente: Elaboración propia.

La Machita madre de Conrado trabajó desde su juventud como vendedora en las calles de San José y se mantuvo en ellas a pesar de su matrimonio y de sus hijos. A cada uno de ellos le

correspondió ayudar a llevar recursos económicos a su casa vendiendo al lado de su madre. Por esto la línea roja atraviesa toda la segunda generación de esta familia.

En el caso de la familia conformada por Conrado y sus hijos la línea avanza hasta la tercera generación ya que aun en los últimos días de trabajo de campo uno de los hijos vendió a su lado.

Este vendedor aunque asistió a la Universidad Nacional, no se mantuvo estudiando debido a que fue necesario hacer frente a la responsabilidad como padre y encontró que la actividad de VA le daba lo necesario para hacerle frente.

La explicación de que sus hijos también trabajaran la encuentra en que:

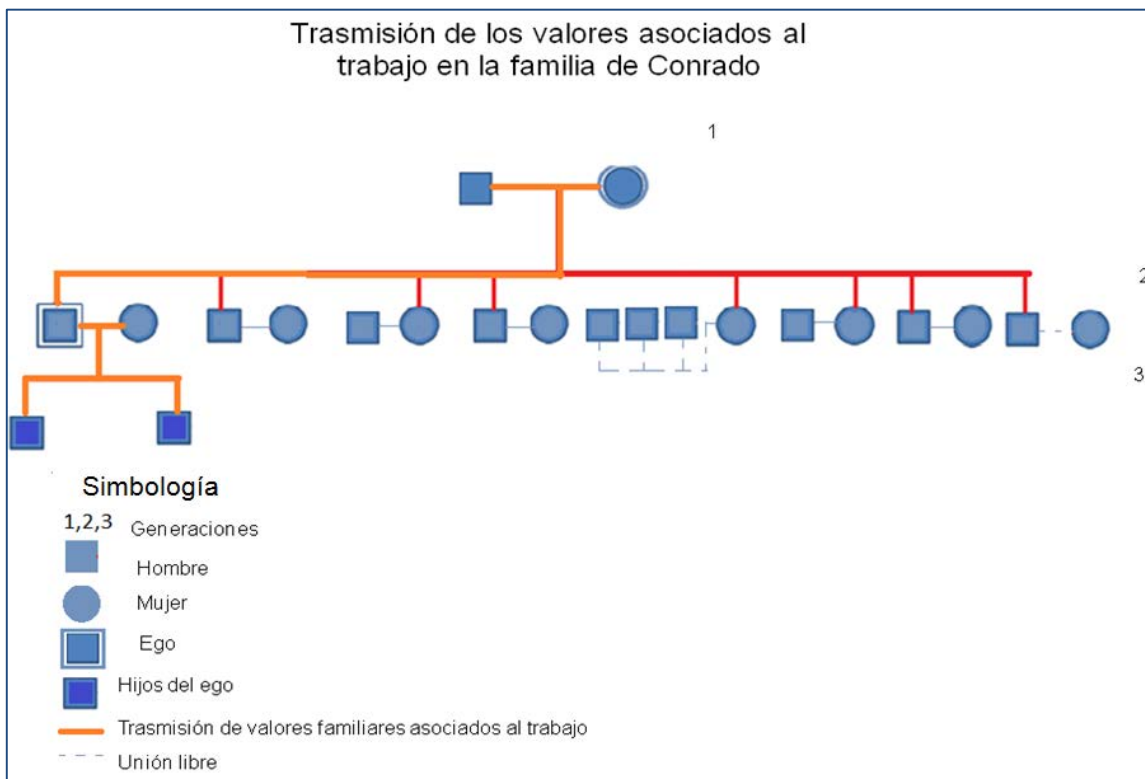
“Los hijos son el fruto de los padres, mis hijos son profesionales por eso creo que mi educación no ha fallado, mis hijos trabajaron conmigo desde que estaban en el kínder yo los enseñe desde pequeños a ser responsables de sí mismos cosa que otros no hacen. Si ellos quieren un reloj tienen que ganárselo.”(Conrado, 24 feb. 2011).

De esta manera se confirma la transmisión de valores de una generación a otra dentro de la familia de este vendedor, los procesos que vivieron en el interior de su familia de origen hicieron que él revalorara la actividad de la venta ambulante y aunque en algún momento dijo que le avergonzaba el trabajo de su madre, las circunstancias en las que se halló cuando su ahora esposa quedó embarazada lo hace retomar la venta.

Aunque si se analiza desde otro punto de vista se podría decir que la madre de Conrado impuso desde su posición la actividad económica a sus hijos y a la vez él lo hizo con los suyos, a pesar de que a ellos les proporcionó la educación superior, paralelamente a ello les obligaba a vender distintos productos en las calles de San José los fines de semana. Este mecanismo podría considerarse ejercicio del poder en el contexto familiar. Los miembros con más capacidad de control hacían que los demás participaran de la actividad económica, estando estos de acuerdo o no.

Visto en un diagrama sería así:

Diagrama #10. Trasmisión de los valores asociados al trabajo en el caso de Conrado



Fuente: Elaboración propia.

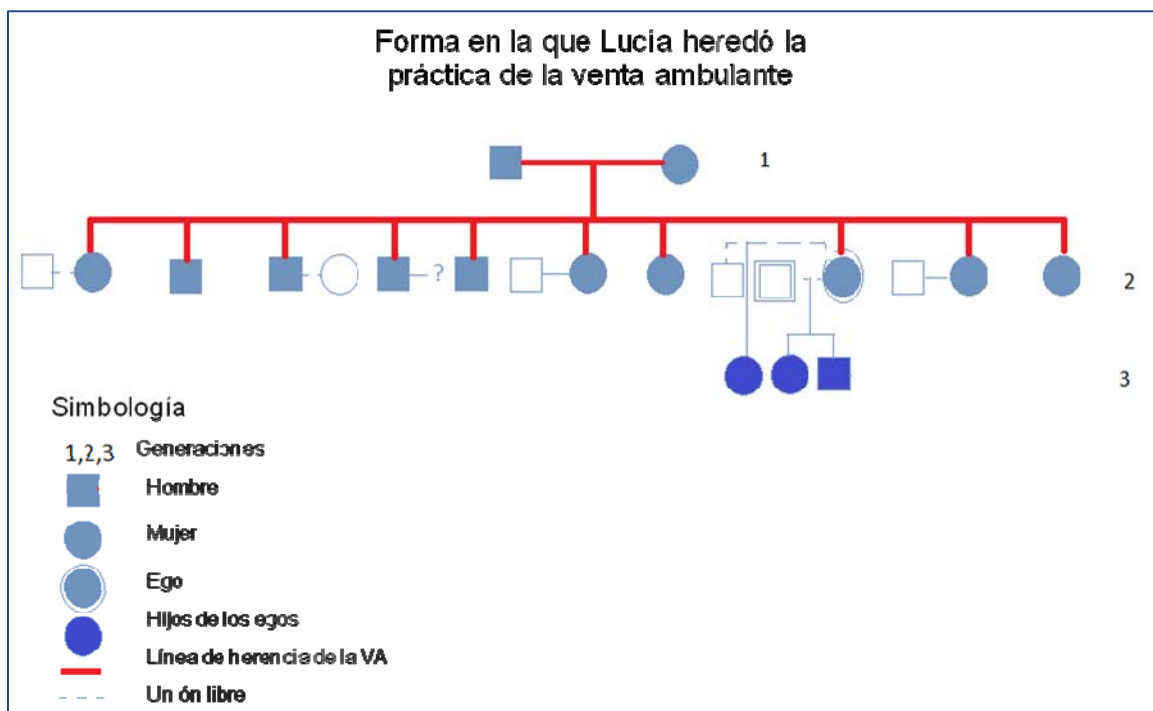
En este diagrama la línea color anaranjado representaría la sucesión en el ejercicio del poder de padres a hijos. Específicamente con el fin de que se pueda llevar a término la venta ambulante. Por lo que se dedujo del lenguaje corporal y verbal de uno de los hijos de Conrado vender en la calle no es algo de lo que se sienta orgulloso o que le de gratificaciones, por el contrario no comenta en la universidad a que se dedica su padre y evade las preguntas acerca de lo que piensa de la actividad propiamente.

Esto refleja que la imposición de la actividad en algunas familias no quiere decir que todos los miembros se llegaran a convertir en vendedores, esto depende del nivel de interiorización que tienen con la actividad y con los demás miembros del contexto. Para Conrado muchos de los que se encuentran en la calle trabajando los considera como iguales, sin

embargo sus hijos no lo lograron y por la misma situación no se identifican con las ventas ambulantes.

La situación de Lucía es semejante a la de Conrado en el sentido de que en ambos casos la madre fue quien les inculco la venta ambulante como medio de subsistencia.

Diagrama #11. Herencia de la actividad económica en el caso de Lucía



Fuente: Elaboración propia.

La diferencia en este caso es que al menos cinco de los hermanos de Lucía siguen siendo VA, por lo que la primera y segunda generación a practicado la actividad como medio de subsistencia, los hijos de esta segunda generación son muy pequeños y se encuentran en edades escolares o menos, por lo que aun no son vendedores propiamente.

Aún así los hijos de Lucía y Carlos si se encontraron al lado de sus padres por más de cinco meses en las calles en las que sus padres vendían, jugando de aquí para allá y vigilando a su hermano menor en ese entonces de cuatro meses de nacido.

Para las hijas de Lucía y Carlos la cuadra se vuelve como una casa gigante en la que hay puertas por las que pueden entrar y salir con confianza, los dependientes de las tiendas también las cuidan les dan galletas y jugos todos aquí las conocen y juegan con ellas.

Fotografía #18. Hijos de Lucía en el lugar de trabajo



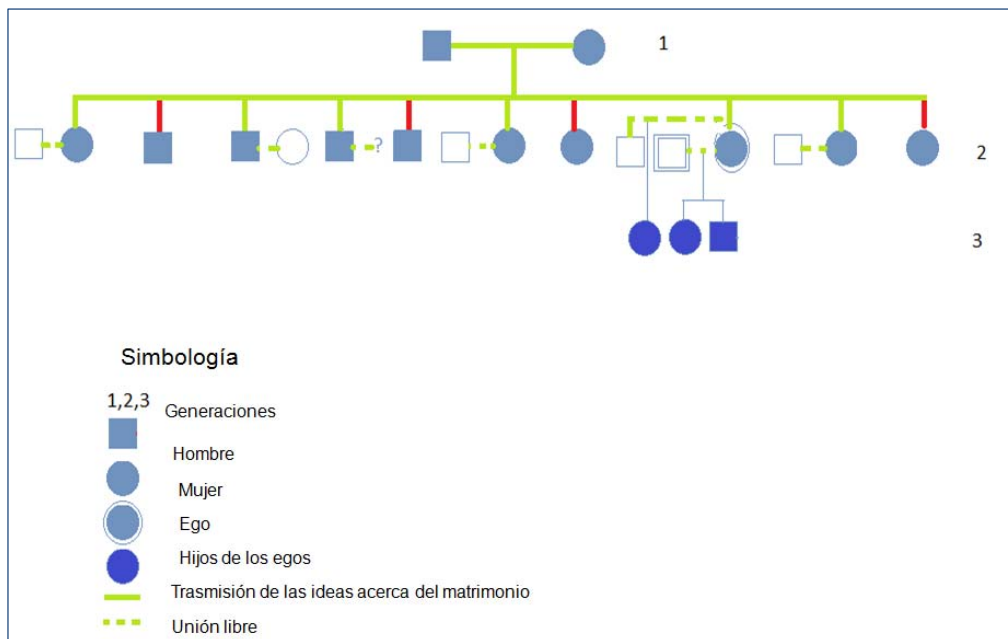
Fuente: Marlon Mejía, noviembre2010

Para los hermanos de Lucía, la calle representa lo mismo que para sus sobrinas, no es solo donde se trabaja sino donde se vive.

Existe un patrón asociado a como se establecen las relaciones maritales entre los hermanos y la propia Lucía, en su mayoría prefieren las relaciones de unión libre y dejan de lado la idea del lazo del para siempre de sus ideas de familia.

Desarrollándolo en una genealogía se podría ilustrar de la siguiente forma:

Diagrama #12. Patrón asociado a las relaciones maritales en el caso de Lucía.



Fuente: Elaboración propia.

La línea verde indica como la madre pudo haber influenciado la forma en la que sus hijos perciben el matrimonio. Ya que Lucía en varias ocasiones mencionó lo importante que es su madre para ella, quizá la considera como un modelo desde el cual se guía para tomar algunas de las decisiones personales, como en el caso de estar en unión libre con Carlos para ver si resulta y convive con él como si fuera su esposo, pero no reconoce ante los demás ese estado civil, diciendo que ella es muy joven para esas cosas.

Aunque es aventurado decirlo, las circunstancias de la familia nuclear de Lucía han propiciado un cambio cualitativo en la percepción del matrimonio y las uniones conyugales, estas se toman mientras existen y no se piensa en la necesidad de darle ritualización alguna. En el caso de la informante los hijos que ha tenido con Carlos son la razón primordial para vivir a su lado.

Lucía a pesar de que tiene ideas encontradas acerca de lo que ella viene a ser de Carlos, maneja un discurso muy concreto acerca del papel preponderante que tienen él con sus hijas e hijo, son su impulso por lo que se esfuerza cada día.

Amamantando, educando y vendiendo

Sin duda, hasta ahora el color y el sonido de la calle llena de autos y las aceras abarrotadas de gente en direcciones distintas es el tinte de este trabajo. Cada silbido y cada gesto fue valioso para elaborar los datos y es por esto que se dedicó este apartado a reconstruir cómo es mirar un día de los VA desde esa misma acera en la que gritan incesantemente el precio de sus productos.

Cómo si nos dirigiéramos al sol en el Edificio de Correos de Costa Rica, en dirección oeste nos encontraremos la calle 8, son las 10 de la mañana y ya las calles se tornan estrechas y 100 metros inmediatamente se convierten en el lugar de trabajo de los primeros 8 hombres y 6 mujeres vendedores que vería. Estos se colocan a una distancia cercana que pareciera que diez metros se diluyen en segundos entre olores a cebolla, culantro y limones.

Cajas rojas, verdes, azules y amarillas hechas en plástico de 60 x40 cm de formas rectangulares, las cuales son los chinamos móviles con los que cuentan los VA para evitar que los productos tengan contacto con el cemento sucio y caliente de las aceras.

El paso de los vehículos va en dirección este – oeste y las bocinas no dejan de sonar. Mientras sigo caminando pero ahora en dirección sur sobre calle 8...

Los olores y aromas que se perciben transmiten mucho acerca de las actividades que se realizan, como de las características de ordenamiento de la ciudad. Se percibe el olor de la molienda de café, que emana de los comercios El Tostador y El Trébol dedicados a esa actividad y que están ubicados a lados opuestos de calle 8; olor a semillas como maní, almendras y pasas recorren junto al aroma a café las calles aledañas al Mercado Central y Borbón y alguno que otro bocadillo para fiestas aparece en los mostradores de esos locales para evidenciar la variedad de los productos. En la calle y aceras se perciben olores a culantro, limón, pinolillo y apio. La mezcla de estos aromas, da la impresión de estar en un lugar donde la tradición se apropia de los sentidos y los revitaliza, ya que la añoranza de los momentos compartidos alrededor de un café y el olor a culantro despiertan sensaciones de estar en el campo de siembra, en la cocina de la abuela y en medio de la ciudad al mismo tiempo, y solo se pierde la ilusión cuando un semáforo cruza al verde y el conductor no arranca y los sonidos de las bocinas se estrellan contra el tímpano.

El calor de la mañana hace que los atuendos de los VA se componga de camisetas y pantalones, pantalonetas, gorras y zapatos cómodos de tipo deportivos en los hombres; en el caso de las mujeres llevan blusas sin mangas, pantalones cortos o de mezclilla, zapatos bajos y cómodos, algunas de ellas portan una especie de bolso a la cintura para manejar el dinero. El maquillaje y los accesorios que combinan con el atuendo no faltan, además el cabello está sujetado o cubierto para evitar que al inclinarse constantemente, éste nuble la visión.

De pronto desde una puerta me asalta la famosa frase “*Pase adelante sin compromiso*” de un dependiente que hace la oferta de los productos que los locales formales tienen a disposición con la esperanza de que ropa, zapatos, frutas y verduras, artículos para la construcción y reparación, electrodomésticos y café tostado se vendan desde tempranas horas. Por otras direcciones llegan las risas y las conversaciones que provienen de los talleres mecánicos y almacenes, ubicados en edificios bastante antiguos de dos o más plantas de colores llamativos que se encuentran aledaños a los mercados Central y Borbón.

Zapatos, fajas, carátulas para celular, estuches, billeteras, relojes, bolsos de mujer, anillos, juguetes yacen sobre cajas de cartón o sobre un plástico en 100 metros al costado norte del Mercado Central. Quienes los ofrecen son 35 hombres que se ubican frente a un parqueo público, el cual sirve para desviar el trayecto de la Policía Municipal. Todos al oír las alertas de presencia policial recogen apresuradamente las cosas y las colocan en sus cajas o en mochilas que llevan en las espaldas para no perder la mercancía y se escurren en cuestión de minutos entre los transeúntes y el parqueo.

¡*Lleve chile dulce, culantro coyote... son diez en 500 los plátanos...*! Caminar se hace más lento en algunos sectores por la agitación y el constante movimiento del lugar. Los ojos de los VA permanecen aquí y allá, mientras esperan a ambos lados de la acera a sus posibles clientes... “*Hojas*” y en un pestañeo una tempestad de cajas, plátanos, papayas y culantro se levanta y se desaparece al mismo tiempo con el aviso de la presencia de la Policía Municipal.

Minutos después, un hombre entre los 35 y 40 años se halla dentro de la patrulla, en una de las esquinas cercanas al mercado cuatro mujeres y un adolescente, con una expresión de pesadez contemplan las acciones de los oficiales, que eran en total diez. Todos los que por ahí pasaron miraron la situación guardando la distancia y cuchicheando desde las aceras, los únicos

que ríen son los oficiales mientras una mujer nicaragüense grita “*cabeza e bombillo*” a uno de ellos, los demás vendedores permanecen cerca como esperando lo inesperado.

Y en cuestión de minutos la policía decomisa los productos de los vendedores y se van del lugar dejando un sinsabor entre los demás vendedores presentes y en las aceras las personas vuelven a circular.

La composición de las familias que en estas calles se observan son tan diversa como los productos que se venden en el sitio, padres, parejas, hijos, abuelas, nietos, cuñadas y cuñados, madres solas, hermanos y hermanas, sobrinos, primos y tíos... semejan hojas de culantro suspendidas de una misma vena y entroncan en una raíz que son sus progenitores. Por otro lado están los que parecen ajos juntos pero todos diferentes en tamaño cuyo único vínculo es el ejercicio de la misma actividad económica pero que permanecen tan cerca por la estrechez de la acera. Mientras que otros son similares a aguacates que provienen de ramas distintas y solas convergen en la misma caja.

Todos buscando el sustento de la semana y la forma de suplir las necesidades diarias y aunque el que está al lado puede no ser un pariente directo, el vínculo que se ha desarrollado al compartir un espacio y un conjunto de situaciones, se hace evidente en las esquinas en las que las conversaciones nacen y se desvanecen entre gritos de pregón.

Es necesario saber cómo son los días antes de ir a la calle a vender, desde el hogar ya los VA tienen diversas preocupaciones que operan en torno a tener que moverse de un lado a otro en el centro de la ciudad con cajas o ganchos que pesan más de 17 kilos, a las dificultades con los hijos y las lógicas de cómo llevarlos a las escuelas, alimentarlos y cuidarlos durante los días de trabajo lo que por momentos se convierte en angustia, en otros se torna un motivo más para detenerse a vender en una esquina.

Rosa entre el corre corre de la mañana debe ayudar a que sus dos hijos estén listos con sus uniformes blanco y azul para asistir a la escuela pública y salir todos a la misma hora, después tomar el autobús para desplazarse desde Tejarillos de Alajuelita hasta el centro de San José. Después de dejar a los niños en la Escuela República de Argentina ubicada en Barrio México, camina alrededor de 800 metros para ubicarse en algún sitio para trabajar y ofrecer la mercadería a los peatones que circulan, hoy chile y cebolla, mañana... quizá culantro o papa...

A la una de la tarde los niños ya han salido de clases y llegan a buscarla en su puesto de trabajo, los niños llegan solos según Rosa, ya están acostumbrados.

La presencia policial se ve de nuevo en el boulevard de la Avenida Central, de inmediato Rosa y los niños toman sus bolsos con los útiles escolares y caminan apresuradamente detrás de su madre y cuando se han alejado lo suficiente se colocan fuera de la visión de los oficiales detrás de un camión que está parqueado, esperan unos minutos mientras comentan la situación y regresan al boulevard a vender. En este lugar, trabajan hasta las cinco o seis de la tarde, hora en la que regresan a su casa.

Pero en las calles se da algo más que ventas de verduras, Lucía y su esposo Carlos, quienes después de haber permanecido hospedados en un hotel tras ser desalojados de su casa anterior, al fin logran conseguir una casa para vivir con Ana, Alison y Aron sus tres hijos en Poás de Aserrí, llegan a calle 8 para vender chiles dulces o mandarinas mientras sus hijas van de un lado a otro, el más pequeño está en el regazo de la madre o en un cargador, mientras ella grita “*son seis en 500 corazón*”. Los correteos de las niñas resultan intrigantes para quien la observa, vienen y van, entran en las tiendas, salen y se sientan en las aceras, con sus cabellos sueltos y despeinados, con zapatos sucios y en ocasiones con abrigos gruesos para el frío.

Mientras camina por la acera escucha el llanto de Aron y se coloca el cargador, luego levanta a Aron y lo mete dentro del cargador y lo amamanta mientras sigue caminando y comiendo mango, además sigue ofreciendo los chiles, de vez en cuando se detiene y conversa con Carlos y ríen juntos.

Estar en la mitad de la acera sacándose un pecho para dar de comer a Aron, para Lucía es un acto cotidiano que no le representa la menor dificultad, lo hace como si fuera una madre que tiene un espacio cómodo en su casa y en el que se dispone a cuidar de su hijo. Y ahí en medio de pregones, de bocinas, de mandarinas y de ajeteo madre – hijo van construyendo sus vínculos en lugares insospechados para quienes no miran con atención.

Lucía cuenta que su primer parto fue una cesárea y que por eso no lo recuerda como un hecho muy traumático, los otros dos partos fueron naturales y para cada uno de ellos trabajó en la calle hasta las últimas semanas del embarazo. Como ya vivía con Carlos, él fue quien la llevó al hospital después de pasar toda la noche de un domingo con contracciones del último de los

niños. Aunque las dos niñas Ana y Alison, no son hijas biológicas de Carlos en varias ocasiones Lucía expresó que él las quiere mucho y que *jala* todo para ellas.

Aunque en los últimos días las niñas han estado asistiendo al Kínder Juan Rafael Mora en Poás de Aserrí y una de las primas de Lucía cuida a las niñas cuando salen del Kínder, durante el año 2010 y hasta marzo de 2011 las niñas permanecieron en la calle junto con sus padres, como desde que estaban en el vientre de Lucía.

En las últimas visitas que realicé pude encontrar a Lucía y a Carlos en una esquina de calle 8 ave 2 junto a la perfumería Fraiche, dicha esquina en esas semanas se había convertido en su lugar de trabajo. La perfumería se ha vuelto una especie de refugio para el hijo menor de Lucía e incluso para ellos mismos, ya que la administradora del local les permite estar dentro del mismo con los niños, para que acomoden las cosas y para que guarden sus pertenencias, todo está en el suelo en una de las columnas dentro del local, pero ese pequeño espacio les facilita vender ya que desde sus lugares en la acera pueden ver sus pertenencias.

Fotografía#19. Lucía en la perfumería dando de comer a su hijo menor



Fuente: Marlon mejía, noviembre 2010

Toda esa esquina está ocupada por familiares tanto de Carlos como de Lucía, hermanos y hermanas de ambos al igual que cuñadas y cuñados.

Lucía aparece ahí en medio del gentío de la esquina con una minifalda de mezclilla y una blusa negra sin mangas y sandalias de plástico, tiene el cabello despeinado, no usa maquillaje ni bisutería, y tiene las manos sucias por acomodar el culantro que está vendiendo y del contacto con el periódico.

Mientras vende, me comenta Lucía que su madre se encuentra presa hace ya varias semanas y que el juicio se realizó días atrás, aunque no comentó cuál es el motivo de esta encarcelación, dice que los domingos la visitan y que por ello ahora esos días no dispone de tiempo para la investigación. Este hecho ha provocado en Lucía una notoria tristeza y un recato significativo en las cosas que comparte, por lo tanto el tiempo que se compartió con ella durante esos días fue cada vez más escaso y más silencioso.

A pesar de todas las preocupaciones que sufrían (y sufren) a diario los vendedores, en especial Carlos, Lucía, Conrado, La Machita, Esperanza y Rosa, cada vez que me presenté en su lugar de trabajo me recibieron de la mejor manera posible con respeto y con cariño, sus relatos fueron parte de mi cotidianidad y permanecer horas a su lado me hizo percatarme del desconocimiento que existe de esta población. El humor de Conrado y sus historias, La Machita y su visión acerca de los mercados, Carlos y Lucía con su juventud y su valor, Esperanza con su amor maternal por los que la rodean y su “*diay chiquillos*” y Rosa con su corre corre y sus hijos hicieron de esta investigación un trabajo placentero que, sin duda, no se hubiese logrado sin que ellos aportaran su conocimiento y lo más importante de todo, sus vivencias.

Fotografía #20. Cotidianidad de los VA





Fuente: Karla Vega, 2010

Conclusiones

Después de estar en contacto con las familias de VA se puede decir que la construcción de la alteridad nace desde el extrañamiento del otro, distinto pero cercano que tiene discursos e identidad diferentes de la de los demás miembros, que aunque esas diferencias están presentes mediante la conciliación se logra una convivencia más o menos armónica.

Así es que un miembro logra comprender las ideas y las creencias de los miembros de su familia y se construyen nuevos discursos legítimos donde se interioriza aquello que cada uno considera como válido y se relega lo que no lo es, resultando de ello un discurso nuevo con el que la mayoría de los integrantes del grupo familiar se siente a gusto.

Sin embargo, esa alteridad es además la manera ética de convivir con los demás, es donde el respeto por las diferencias y la búsqueda de conciliación entre lo que se espera del otro y lo que realmente hace, juegan un papel preponderante. La alteridad es el trato con el otro “mi relación con el otro” igual pero distinto, que incluye la capacidad de reconocerle y responsabilizarse de quién es, de lo que hace o desea.

De ese proceso de re-conocimiento del otro se da cabida a la reproducción de valores, lealtades, mitos y rituales que permiten la cohesión de la familia, es aquí donde la elección de la actividad económica se da por la predisposición de algunos de los miembros más influyentes de la familia hacia ciertas actividades que aunque no son reconocidas socialmente como válidas,

para ese grupo familiar a representado un modo de vida que les ha permitido subsistir a lo largo de los años y que ante sus ojos es un trabajo y no una actividad fuera de la norma.

Pero este proceso depende no solo de las relaciones (endógenas) de un grupo familiar, sino que además, la producción de alteridad se haya influida por las relaciones (exógenas) presentes en los sistemas que rodean la familia siendo la comunidad, el barrio y la sociedad misma, quienes juegan en la conformación de las diferentes formas de concebir e interiorizar al otro.

Por lo anterior es que se plantea que para comprender el caso de los VA es imperativo despojarse de la mirada de la exclusión impuesta por el discurso dominante desde el cual se le ha dado a los vendedores el lugar del *extraño*, imagen que está dada desde diferentes estigmas. El VA se convierte por lo tanto en ese ser lejano que infunde temor y falta de confianza, potenciando el rechazo dentro del conjunto social.

Del trabajo se desprendió que para las familias de VA los espacios como la casa y la calle tienen ahora un nuevo significado, desde su perspectiva y sus vivencias, la calle se convierte en su casa en la que se sienten a gusto. Reflejo de que para ellos existe una disolución de los límites asociados a los conceptos como público – privado, hogar – calle, dichos conceptos se vuelven solubles ante la realidad que viven los vendedores.

Estos cambios han provocado que los espectros de acción de los miembros de las familias se amplíen, las mujeres cada vez con más frecuencias asumen las riendas de la actividad económica o se miden al lado de sus parejas en la calle para llevar juntos el sustento y los hombres ayudan a cuidar de los niños y a colaborar con las labores del hogar. Todo esto para lograr que a la hora de estar en la calle vendiendo los ingresos, les permita suplir las necesidades que tienen.

Para los VA se conoció que las familias de cada uno de los entrevistados jugó un papel importante en la elección de la economía popular como su medio para obtener los recursos necesarios para la subsistencia, asociando la venta ambulante a valores familiares como la honestidad y el sacrificio y la responsabilidad que hacen de la misma una actividad digna y válida para sí mismos.

En lo que respecta a la estructura familiar persisten las relaciones conyugales y materno-filiales que son las que más se observaron y estudiaron, pero en el contexto de las ventas ambulantes existen familias compuestas por abuelas y nietos, personas solteras, madres solteras, padres y adultos mayores.

La diferencia está en que ha existido un cambio cualitativo en la forma en la que se relacionan miembros de las familias en cuestión. Desde su actividad económica cada cual debe ser parte de una red de solidaridades y lealtades para que todo sea efectivo y se consiga llevar adelante la venta.

Desde el punto de vista metodológico se constató que la genealogía, en conjunto con la narración, utilizada como método de recolección de datos es efectiva y permite acercarse a los sujetos de la investigación desde el ángulo de lo emocional y desde las cuestiones significativas asociadas a los familiares. Otra cuestión que hay que tener en cuenta es que para que ésta arroje datos importantes, es necesario un acercamiento previo a las familias y es primordial elaborar con antelación una guía con las cuestiones a tratar, basada en las observaciones y entrevistas no estructuradas.

Hacer los diagramas de las relaciones de los VA aporta mayor claridad a la hora de tratar las mismas, es necesario pulir las cuestiones de simbología que en este caso es aventurada y quizá deba revalorarse en futuras investigaciones.

Además existió la limitante de no poder corroborar si las actitudes que se presentan en la calle se reproducen igual en las casas de habitación de los VA, por falta de acceso a estos lugares ya que los vendedores no estuvieron dispuestos o fue muy difícil la coordinación de las visitas, por estar la mayor parte del día en las calles.

Conclusiones Generales

Es indispensable que para esta clase de temas los investigadores se ubiquen desde lugares epistémicos que les permitan cuestionar el discurso dominante, ya que muchas de las experiencias que se desprenden de la investigación y el acercamiento a la realidad de la población no se corresponden con lo que se dice de las mismas.

Ineludiblemente es primordial crear un discurso en el que las estrategias de trabajo y de vida de estas personas sean incluidas, y no se consideren como agentes extraños que no forman parte de ningún sistema, por el contrario es importante comprender como el sistema económico y social da pie a situaciones como la de los VA.

Las características de la convivencia, las actividades y las necesidades que se satisfacen de los VA en las calles 6 y 8 corresponden a las de un barrio. Este se encuentra inmerso en medio de San José y posee razones suficientes para ser asimilado de ese modo.

La práctica de la venta ambulante es un oficio aprendido y disfrutado, que ha posibilitado a varias familias el sustento de sus necesidades materiales y la oportunidad de dar educación a sus hijos y brindarles un ambiente relativamente seguro.

Podemos decir que este ambiente (de barrio) es producto de una red de organización generada desde las ventas, organización que en un inicio es espontánea, pero que se convierte en un código o tradición con el tiempo, pues los VA lo reproducen y transmiten a sus hijos, compañeros y colegas.

La economía popular permitió en el caso de los VA de calles 6 y 8, realizar un acercamiento más humanizado a esta actividad tan recurrente y estigmatizada en Costa Rica. Resaltar todas las posibilidades que las ventas ambulantes generan además de un intercambio comercial, permite darles rostro a las personas que la ejercen y la viven, no solamente como un trabajo, como se mencionó anteriormente, si no como toda una estructura de vida, que se disfruta y se defiende ante la amenaza de las autoridades oficiales.

Las relaciones sociales que se forman a partir de la interacción entre VA y los demás actores sociales de su alrededor son diversas y complejas.

Las interacciones que se generan con los VA van a estar sujetas a la exclusión social, dependiendo del grupo de actores y su influencia con el discurso oficial de la Municipalidad de San José.

La máxima representación de esta exclusión es la deslegitimación de su trabajo por medio de los decomisos de la mercadería sumada a la violencia física y verbal que utilizan los Policías Municipales en algunas ocasiones.

Por otra parte, la inclusión social se hace totalmente evidente en las calles, ya que en las relaciones que se forman con el tiempo o las más esporádicas, se crean vínculos de amistad, afecto, confianza y afinidad, que se hacen inherentes a la población que se encuentra habitualmente en estas calles.

Los jóvenes VA están conscientes de su historia como grupo, poseen una identidad individual y grupal a partir de la actividad que ejercen, principalmente los que tienen más tiempo de estar involucrados en el ambiente de la economía popular, el cual les ha dado herramientas para formar valores y construir maneras de actuar dentro del contexto de las ventas ambulantes.

Existen pues, distintas identidades de jóvenes VA en calles 6 y 8, donde cada individuo posee parte de todas, lo que los hace caracterizarse como parte de esa unidad dentro de la venta ambulante.

En caso de los VA las familias juegan un papel importante como soporte para la práctica en sí. La venta ambulante no solo les aporta recursos para la subsistencia, sino que les brinda un sostén emocional y familiar. Esto quedó claro mediante la asociación entre la actividad económica y los valores familiares como la honestidad y el sacrificio y la responsabilidad.

Del proceso de re-conocimiento del otro (alteridad) se da cabida a la reproducción de valores, lealtades, mitos y rituales que permiten la cohesión de la familia de VA, es aquí donde la elección de la actividad económica se da por la influencia de algunos de los miembros de las familias que representan una autoridad moral, y que se han inclinado hacia ciertas actividades que aunque no son reconocidas socialmente como válidas, para ese grupo familiar ha representado un modo de vida que les ha permitido subsistir a lo largo de los años y que ante sus ojos es un trabajo, y no una actividad fuera de la norma.

En general podemos decir que esta investigación se constituyó en un medio para evidenciar la exclusión que viven a diario estas personas y de la falta de compromiso de los medios de comunicación en hacer una presentación menos estigmatizada de la población. Asimismo no existen políticas orientadas al tratamiento adecuado de la problemática social que queda plasmada en esta investigación.

Recomendaciones

Para futuras investigaciones se recomienda tener en cuenta la movilidad de la población que se estudie, lo que para nuestro trabajo significó la modificación del enfoque inicial y de la adaptación de las técnicas para que sean acordes con la realidad de los vendedores.

Se recomienda hacer la devolución respectiva a las personas con las que se trabaje, ya que es una de las inquietudes que expresan las personas al colaborar con las investigaciones.

En el caso del trabajo de campo se recomienda la espontaneidad como herramienta ya que permite mayor captación de datos, por la naturaleza de la población y las constantes investigaciones de las que son objeto, estas personas se muestran más flexibles cuando quienes les entrevistan parecen más accesibles.

Para la aplicación de la genealogía narrada se recomienda, en la medida de lo posible, establecer una comparación entre el ambiente del hogar y el de la calle que en esta ocasión no fue posible realizar.

Bibliografía

- Acón, J. Ardón, E. Mora, M. (1993). Los Medios de Difusión ante los Hechos Inéditos: Los Desórdenes Civiles Provocados por los Vendedores ambulantes en la Avenida Segunda, Julio de 1991. “Tesis de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva para optar por el grado de Licenciatura en Periodismo”, Universidad de Costa Rica.
- Adler, L. (1980). *Cómo sobreviven los marginados*. México: Editores Siglo XXI.
- Álvarez, Y. (2000). San José de Antaño. Distrito Catedral (1890-1940). Ministerio de Cultura Juventud y deportes. Centro de Investigación y Conservación del Patrimonio Cultural. San José. Costa Rica.
- Araya, M. (2010). Pulseadores de la calle... y de la vida. Las ventas ambulantes como tradición cultural y su aporte al desarrollo de la humanidad. Inédito. Proyecto No 211-A7-031 de la Escuela de Antropología y Vicerrectoría de Investigación de la Universidad de Costa Rica.
- Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica (Sin fecha) Código de la Niñez y la Adolescencia. (pp.1-43). Documento en el formato PDF, descargado de la página www.google.com, consultando código de la niñez y adolescencia de Costa Rica. El día 12 marzo de 2011 a las 10: 50 h.
- Bajoit, G. (2003). *Todo cambia. Análisis sociológico del cambio social y cultural en las sociedades contemporáneas*. LOM ediciones. Chile.
- Barrantes, Racky y Francisco Granados. (2008). Diagnóstico de las principales condiciones de trabajo de los vendedores informales en calle 8, San José, Costa Rica. Proyecto de graduación para optar por el título de Bachillerato en Seguridad Laboral e Higiene Ambiental. Instituto Tecnológico de Costa Rica. Costa Rica.
- Barrantes, Mario. (1964). *Reseña geográfica del cantón de San José*. Instituto Geográfico de Costa Rica.
- Boivin, Mauricio, Ana Rosato y Victoria Arribas. (1999). *Constructores de la Otredad. Una introducción a la Antropología Social y Cultural*. Editorial Eudeba, Universidad de Buenos Aires. Argentina.
- Botero, M. Herrera, K. Grey, L. (2008). Análisis Psicosocial de la Relación Comercial entre Vendedores informales y sus Consumidores: un estudio en las ciudades de Neiva y Cartagena sobre el comercio informal de café. *Rev. Diversitas. Perspectivas en Psicología*, Vol. 4 (001): 25-35. Universidad Santo Tomás, Bogotá, Colombia.
- Calderón, A (2004). Trabajo infantil y adolescente en el agro: ¿necesidad o identidad? *Rev. De Ciencias Sociales* Vol. 4 (106): 165-179. Universidad de Costa Rica.
- Campos, R. (2002). *El Comercio Informal en el cantón de San José*. Unidad de Control de la Normativa Municipal. Municipalidad de San José. Costa Rica.

- Carmona K. (2005). "Dimensión espacial de la pobreza, desigualdad y polarización en Costa Rica incorporando el principio de línea de ingreso 2000-2001", Escuela de Ciencias Económicas, Universidad de Costa Rica.
- Castells, M. (2003). El Poder de la Identidad. España. *El País*, febrero. Madrid. Extraído de: <http://www.globalizacion.org/opinion/CastellsNacionalismo.htm>. Consultada el 13 de agosto de 2010.
- (2003). La era de la información. Economía, sociedad y cultura. (Vol. 2) El poder de la identidad. Alianza Editorial, S.A. Madrid.
- Castel, R. (1998). La Lógica de la Exclusión. *Todos Entren: una propuesta para sociedades incluyentes*, Unicef / Cuadernos Santillana, Colombia. Coleman, J. (s.f.). Social Capital. Foundations of Social Theory. The Belknap Press of Harvard University. Estados Unidos.
- Dascal, G. (2007). Los espacios públicos y el capital social: aportes para comprender la relación entre ambos conceptos. *Cuadernos de Geografía* Vol.16: 19-26. Bogotá, Colombia.
- Davidson, L. G. (2007). Una mirada al método genealógico y un ejemplo de su aplicación en un pueblo de Tlaxaca (México). En: La página del profe. <http://www.lapaginadelprofe.cl>. Consultada el 3 de marzo de 2011.
- De la Garza, E. (Sin fecha) Trabajo no Clásico, Organización y Acción Colectiva. Tomo I. (pp. 1-17) Documento en formato PDF, descargado de la página <http://docencia.izt.uam.mx/egt/publicaciones/libros/Trabajonoclasico/Introduccion.pdf>, consultando el tema trabajo ambulante. El día 18 de marzo de 2011 a las 10:43 h.
- Del Águila, Rafael; Jiménez, Florencio; Luque, Enrique; Sangrador, José Luis y Vallespín, Fernando. (2006). Psicología de las relaciones de autoridad y de poder. Editorial UOC, Barcelona.
- Delgado, M. (2000). Etnografía de los Espacios Públicos. En D. Pravansal (coord.) Espacio y territorio: miradas antropológicas. Publication de la Universitat de Barcelona. España.
- (2007). Sociedades movedizas. Pasos hacia una antropología de las calles. Editorial Anagrama. Barcelona, España.
- Díaz, R. (2010). Experiencias de la identidad. www.redalyc.com. 4 de setiembre de 2010. UAM, México.
- Dolores, J. (2004). Excluidas y marginales: una aproximación antropológica. Ediciones Cátedra. Madrid, España.
- Fábregas, A. (1995). Las tareas del Humanismo ante la crisis de nuestro tiempo. *La Colmena*. N° 8: 61-77. Universidad Autónoma del Estado de México

- Fernández, J. (2005). La noción de la violencia simbólica en la obra de Pierre Bordieu: una aproximación crítica. *Cuadernos de Trabajo Social*. Vol. 18: 7- 31. Universidad Complutense de Madrid. España.
- Ford (1992). Ponencia presentada en el "XI Seminario de estudios latinoamericanos: fronteiras da cultura". Programa de PSs-GraduaqSo en Antropología Social. UFRGS. Porto Alegre.
- Gergen, K. (1996). Realidades y Relaciones. Aproximaciones a la construcción social. Editorial Paidós Ibérica. España.
- González B, I. (2000). Las Crisis Familiares. *Medicina General Integral* 16(3):280-6.
- González, C. 2002. Teoría Estructural Familiar. Medicina de Familiares. www.medicinadefamiliares.cl consultada el 01 de set de 2010
- González S, F. (2007). Salud mental a nivel familiar desde la perspectiva de alteridad. *Rev. Psicología desde el Caribe*. Nº 20: 1-27. Universidad del Norte.
- (2008). Hacia una visión de alteridad en familias con pobreza económica. *Rev. Ciencia y Sociedad*, Vol. XXXIII (3): 388-404
- Gordon, S. (2004). Capital social: una lectura de tres perspectivas clásicas. *Rev. Mexicana de Sociología*, Vol. 66 (4): 711- 747. México.
- Gúber, R. (2004). "Identidad Social Villera" En: Boivin, Mauricio, Rosato Ana y Victoria Arribas (comp.) Constructores de otredad. Una introducción a la Antropología Social y Cultural. Antropofagia, Buenos Aires. (pp. 115 a 125)
- Hernández, E. (2002). Identidad Cultural en Llano Grande de Pacayas. Tesis sometida a la consideración de la Comisión del Programa de Estudios de Posgrado en Antropología para optar por el grado de Magíster Scientiae, Universidad de Costa Rica.
- Huici, Carmen y José Francisco Morales. (1999) Psicología Social. Editorial McGraw-HILL/International. España.
- Induni, G. (2002) ¿Qué significa ser joven en América Latina? Construcción de Identidades y diferencias en diversos espacios sociales de la Juventud. *Repertorio Americano*. Nueva época, Nº 13-14: 43-50. UNA. Instituto de Estudios Latinoamericanos (IDELA).
- Jiménez, M. (2008). Aproximación Teórica de la Exclusión Social: Complejidad e Imprecisión del Término. Consecuencias para el ámbito educativo. *Estudios Pedagógicos*, Vol. 34 (1): 173-186, Universidad Austral de Chile. Chile.
- Jociles , M. (2006). Método genealógico e historias familiares: Estudios en el espacio teórico del parentesco. *FERMENTUM* 16 (47): 793-835
- Krotz, E. 1994. Alteridades y pregunta antropológica. *Alteridades*, Vol. 4 (8): 5-11
- Marrero, I. (2008). La producción del espacio público. Fundamentos teóricos y metodológicos para una etnografía de lo urbano. Universidad de Barcelona. España.

- Martel, R. (Sin fecha) Imaginarios e itinerancias en la ciudad. Construcción de identidades urbanas desde el ambulante. (1-30) Documento en formato PDF, descargado de la página <http://www.uca.edu.sv/deptos/letras/encuentro/memorias/15martel.pdf>, consultando el tema construcción de identidades. El día 18 de marzo de 2011 a las 10:45 h.
- Murillo, C. (2004) De Culturas, Identidad y otros menesteres. Notas conceptuales.” Retos y perspectivas de la Antropología social y la Arqueología en Costa Rica. Editorial de La Universidad de Costa Rica. Costa Rica.
- Murdock, G. (1989). Guía para la clasificación de los datos culturales, versión castellano 1950 publicada por Human Relations Area Files. México DF
- Piedra, N. (2007). Transformaciones en las familias: análisis conceptual y hechos de la realidad. *Rev. Ciencias Sociales*. 116: 35-56
- Policastro, Betsabé y Emilse Rivero. (2005). Las relaciones de intercambio en el mundo de la venta ambulante. Asociación Argentina de especialistas en Estudios del Trabajo. Buenos Aires. Argentina.
- Razeto, L. (1990). Área Pastoral Social de la Conferencia Episcopal de Chile. Programa de Economía del Trabajo (PET). Chile.
- (1990). Organizaciones Económicas Populares. Las Organizaciones Económicas Populares 1973 - 1990. Ediciones PET. Chile.
- Rizo, A. (2006) “¿A qué llamamos exclusión social?”. *Polis*, Revista de la Universidad Bolivariana, Vol. 5(15). Universidad Bolivariana, Santiago, Chile.
- Sarría, A (2005). “Economía popular”. *La otra economía*. Extraído de: Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal, el día 29 de octubre del 2010, hora: 3:00 p.m.
- Silva, D. (2007) “Conflictos por el espacio público urbano y el comercio en la vía pública: percepciones acerca de la legitimidad de su uso”. *El Cotidiano*, Vol. 22 (143): 48-56. Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco, Distrito Federal, México. Extraído de: Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal, el día 7 de setiembre, 2010, hora: 5:30 p.m.
- Turner, V. 1999. La selva de los símbolos. Siglo XXI editores. Madrid.
- Zeledón, E. (2004) Del viejo San José. Editorial Universidad de Costa Rica: San José.
- Zúñiga, M. (2010) Pensar a las personas jóvenes: Más allá de modelos o monstruos. Colección Universitaria. Costa Rica.

Anexo 1

Nombre de la técnica	Descripción
Observación	<ul style="list-style-type: none"> • La observación fue una de las técnicas que se utilizó a lo largo de toda la investigación • Consistieron en recorridos por las calles 6 y 8 con el fin de hacer un registro detallado del espacio y su composición, haciendo hincapié en cómo lo utilizan los actores y como éste está diseñado. • Se registró la interacción del grupo con los distintos actores dentro del espacio: vendedor- policía, cliente- vendedor, transeúnte-vendedor y comerciante- vendedor. • Los datos de observación fueron documentados en libretas de campo, las cuales recogieron la hora y la fecha en la que se realizó el recorrido.
Entrevistas	<ul style="list-style-type: none"> • Se aplicaron entrevistas abiertas a los diferentes informantes que se seleccionaron según los criterios que cada investigador definió, que se corresponderán con los objetivos de cada uno de los ejes planteados. • Se construyó una guía con el fin de abordar las categorías de análisis en cada uno de los apartados de la investigación. • Cada investigador tuvo a cargo la elaboración de su guía así como la selección de los y las informantes. • Todas las entrevistas se realizaron en el campo.
Genealogía narrada	<ul style="list-style-type: none"> • Esta técnica consistió en la representación en un gráfico, de las relaciones familiares de las personas que habitan una unidad doméstica. • Con la narración de experiencias familiares se fue completando el diagrama y mediante una guía previamente elaborada sobre algunos tópicos acerca de las relaciones familiares y su influencia en el comportamiento de los distintos miembros, se estableció cuáles hechos y relaciones fueron significativas. • Se realizó un registro de audio y uno de notas dentro del diagrama. • Las genealogías se hicieron en el campo.
Recurso fotográfico	<ul style="list-style-type: none"> • La fotografía es un apoyo para el discurso etnográfico que pretende transformar las imágenes que se capturen en la investigación, en datos generadores de conocimiento. • Las fotografías se contextualizarán con notas y datos de las observaciones. • Con este aporte metodológico también se pretendió hacer de más fácil lectura la investigación.
Mapeo cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Se realizó un mapa detallado de la zona en estudio, que incluye la distribución del espacio físico y las actividades que se desarrollan en él, con el fin de visibilizar la diversidad de actividades que se desarrollan en este espacio, haciendo del mapeo una herramienta metodológica efectiva que contribuyó para el análisis de puntos claves de la investigación, como identidades y organizaciones.
Diario de campo	<ul style="list-style-type: none"> • Al finalizar cada sesión en el trabajo se utilizó el diario de campo como medio para sistematizar lo experimentado en el lugar de estudio y así plasmar los diferentes datos, percepciones, ideas,

	<p>mapas,</p> <p>y demás acontecimientos que ayudaron al investigador a analizar los datos.</p>
Revisión bibliográfica	<ul style="list-style-type: none"> Se manejó la revisión de artículos, revistas, libros, publicaciones relacionadas con el tema de economía popular, exclusión social, identidad y redes familiares. Esto para conocer los estudios que nos ayuden a comprender mejor sobre el tema y no ser redundantes, y para ampliar el manejo teórico de la investigación. Esta alimentó todo el proceso de investigación.
Procedimiento de consentimiento informado	<ul style="list-style-type: none"> Es necesario aclarar que a cada informante se le explicó antes de iniciar el proceso, con detenimiento, profundidad y con el lenguaje adecuado a sus formas de comunicación, la naturaleza, fines, organización y desarrollo de la investigación. Además, se le comunicó que la participación es voluntaria, asimismo que los datos que se obtuvieran serían confidenciales y, para resguardar la identidad de la persona, se usaría nombres ficticios.

Anexo # 2

LEY DE VENTAS AMBULANTES Y ESTACIONARIAS

Ley N° 6587 de 31 de julio de 1981

Artículo 1°- Las municipalidades otorgarán patentes, para ventas ambulantes y estacionarias en las vías públicas. Cada municipalidad deberá elaborar un reglamento para el funcionamiento de esa actividad en su jurisdicción.

En tales reglamentos, las municipalidades no podrán establecer zonas prohibidas, en lugares que sean comerciales.-

Artículo 2°- Las patentes que se otorguen de conformidad con esta ley, serán intransferibles por cualquier título y solo podrán otorgarse a costarricenses por nacimiento o por naturalización con más de diez años de haberse adquirido.

Artículo 3°- Las municipalidades declararán la caducidad de la patente de ventas ambulantes o estacionarias, cuando la familia propietaria de ésta no la utilice, dentro del plazo que al efecto determinará el reglamento municipal correspondiente. En tal caso, no podrá volver a otorgarse una patente de esta naturaleza a la familia que la dejó caducar.

Artículo 4°- En el otorgamiento deberá dar preferencia a personas minusválidas que ya hubiesen desempeñado esa actividad, asimismo tendrán preferencia aquellas personas –no minusválidas- que, con anterioridad, hubiesen trabajado en tal actividad.

En todo caso, el otorgamiento de la patente deberá estar precedido de un estudio social, que indicará la conveniencia de autorizar el ejercicio de esa actividad a favor suyo.- La resolución por medio de la cual se concede una patente- debe ser razonada, con indicación de los datos completos del beneficiario, su domicilio, las causas por las que la ha solicitado, la comprobación de esas causas y un extracto del estudio social, una copia de esa resolución deberá enviarse, dentro de los ocho días siguientes a la fecha de su aprobación, al Departamento de Empleo del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, para los fines del artículo 8°.

Artículo 5°. – Las patentes a que se refiera esta ley, serán cobradas trimestralmente. **La falta de pago de ella provoca su caducidad.**

Artículo 6°.- Previamente al otorgamiento de esas patentes, la Municipalidad respectiva coordinará con el Instituto Costarricense de Turismo, el diseño y la presentación de los puestos de los puestos en que deberá ejercerse la actividad que se autoriza.

Artículo 7°.- El Estado deberá avalar los créditos que para la solución adecuada de su problema, soliciten los vendedores ambulantes en el Sistema Bancario Nacional así como en el Banco Popular y de Desarrollo Comunal cuando éstos reúnan los requisitos y condiciones indispensables para ser sujetos de créditos de dicha institución, reservándose ésta el derecho de definir la garantía de cada caso y la posibilidad de utilizar el aval del Estado en casos especiales que según su criterio así lo ameriten.

Artículo 8°.- El Departamento de Empleo del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social deberá tener una lista actualizada de las personas a quienes se ha otorgado una patente, para ofrecerles, cuando se considere oportuno, - un empleo compatible con sus posibilidades en una actividad productiva. Para esos efectos las municipalidades enviarán al mencionado Departamento, copia de las resoluciones en que se conceden las patentes.

Artículo 9°.- Deróganse los artículos 8 y 9° de la ley número 4769 del 2 de junio de 1971 y su reformas.

Artículo 10°.- Rige a partir de su publicación

Transitorio 1.- En tanto no se establezca las patentes, que esta ley autoriza a los vendedores ambulantes y estacionarios se les aplicará la tarifa más baja, existente en la respectiva ley de patentes municipales. En cualquier caso, siempre deberán aplicarse los artículos 4° y 6° de esta ley.

Transitorio 2- Las municipalidades deberán dictar los reglamentos indicados en el artículo 1° de esta ley, en un plazo de tres meses a partir de su vigencia.

Comuníquese al Poder Ejecutivo

Asamblea legislativa.- San José, a las nueve días del mes de julio de mil novecientos ochenta y uno.

Cristian Tattenbahe Yglesias

Presidente

Carlos Manuel Pereira Garro

Juan Rafael Barrientos Germe

LA MUNICIPALIDAD DEL CANTON CENTRAL DE SAN JOSÉ.

REGLAMENTO DE VENTAS AMBULANTES Y ESTACIONARIAS

ARTÍCULO 1°.- *Definiciones. Cuando en este Reglamento se empleen los términos y definiciones siguientes debe dárseles las acepciones y significados que se señalan a continuación:*

- a) **Vendedor de Lotería y Periódicos.** Se refiere aquella persona física que cuenta con un permiso previo de la Junta de Protección Social o de un medio de comunicación escrita, para ejercer este comercio, además la respectiva licencia municipal para ejercer dicha actividad exclusivamente en forma de pregón en aquellos sitios que sean autorizados por el ente municipal, de conformidad con el presente reglamento
- b) **Vendedor Estacionario:** Se refiere a aquella persona física que cuenta con la respectiva licencia municipal para ejercer el comercio en lugares previamente determinados y fijos, de conformidad con el presente reglamento.
- c) **Licencia:** Es la autorización que previa solicitud del interesado, concede la Municipalidad de San José, para ejercer la actividad lucrativa, conforme a lo establecido en la Ley No 6587 y este reglamento
- d) **Ley:** Para los efectos del presente reglamento, se denominará así a la Ley número 6587 de 24 de agosto de 1981: “Ley de Ventas Ambulantes y Estacionarias”.
- e) **Línea Comercial:** Es el tipo de producto permitido para la venta, en un puesto determinado.
- f) **Puesto:** Es la instalación física donde el patentado estacionario ejercerá la actividad comercial, conforme al diseño que el ente municipal establezca de conformidad a la ley y al reglamento.
- g) **Vía Pública:** Es el espacio público comprendido por las avenidas, calles y sus aceras.

ARTICULO 2°.- Nadie podrá realizar el comercio en forma ambulante, salvo los pregoneros de venta de lotería y periódico, y en forma estacionaria en las vías públicas cuando obtenga la respectiva licencia municipal.

ARTICULO 3°.- La licencia deberá ser solicitada por escrito fundamentando los motivos para dedicarse a esta actividad y deberá ser acompañada de la documentación necesaria para el respectivo estudio socioeconómico del solicitante.

ARTICULO 4°.- Para obtener la licencia municipal se requiere:

- a) Ser adulto mayor.
- b) Ser discapacitado conforme a la Ley 7600.

- c) En el caso de extranjeros deberá contar con el respectivo permiso de trabajo, de la Dirección General de Migración.
- d) Someterse a un estudio socioeconómico, el cual será determinante para el otorgamiento o no de la licencia.

ARTICULO 5°.- Las licencias municipales caducarán:

- a) Por falta de pago de un trimestre.
- b) En caso de que el concesionario no la utilice en forma regular por espacio de un mes.
- c) Cuando se compruebe que se ha transferido el derecho a otra persona en cualquier forma o que el concesionario no atienda el puesto personalmente.
- d) Por denuncia formal comprobada ante la Municipalidad, contra el concesionario por motivos inmorales, contra las buenas costumbres, por maltrato a un transeúnte, o que se altere de forma alguna el orden público.
- e) Por cambio de línea comercial establecida en la adjudicación de la licencia sin autorización previa de la Municipalidad.
- f) No acatamiento de órdenes sanitarias emitidas por el Ministerio de Salud y desacato a órdenes de la Municipalidad para el buen funcionamiento.
- g) La no presentación de la licencia o patente, a la autoridad respectiva.

ARTICULO 6°.- Se concederá una licencia para este tipo de actividad por familia. En caso de muerte o incapacidad permanente del concesionario, el cónyuge sobreviviente o compañera (o), o alguno de sus hijos mayores, podrá solicitar que dicha patente le sea conferida a él, dentro de los dos meses posteriores al fallecimiento o de la declaración médica de la incapacidad permanente del patentado original, siempre y cuando esa persona reúna las condiciones del Artículo 4°. Pasado el plazo de los tres meses, el ente municipal iniciara el procedimiento administrativo de cancelación de la licencia.

ARTICULO 7°.- La Municipalidad podrá otorgar permisos temporales a juicio de la administración en los siguientes casos:

- a) Días especiales
- b) Ferias, eventos culturales, artesanales y promociones de editoriales.

ARTICULO 8°.- Las ventas estacionarias funcionarán en las vías públicas, en lugares que sean de carácter comercial, quedan a salvo las prohibiciones establecidas por otras leyes, y en aquellos lugares que atenté contra la seguridad ciudadana, el libre tránsito peatonal y el tránsito vehicular.

ARTICULO 9°.- El horario del funcionamiento de los puestos estacionarios será entre las seis de la mañana a las veintidós horas, salvo permiso especial ningún puesto podrá

permanecer por más de doce horas abierto en forma continua, en razón de las normas laborales vigentes en nuestro ordenamiento.

ARTICULO 10°.- No podrán ubicarse puestos obstruyendo ventanas; entradas, esquinas donde converjan las zonas de seguridad peatonal; frente a monumento nacional, a una distancia menor de un metro veinticinco centímetros de la línea de la pared; en la línea de ascenso en la parada de autobuses; ni en aquellos lugares donde la conglomeración de transeúntes sea tan abundante que facilite la realización de actos delictivos

ARTICULO 11°.- Quedan terminantemente prohibidas las ventas en ventanas de comercios establecidos cuyos dependientes, productos y/o publicidad ocupen la vía pública para ejercer la actividad comercial.

ARTICULO 12°.- No podrá hacer uso de ningún tipo de mobiliario para ejercer la actividad en las vías públicas, los vendedores de lotería y chances, periódicos y lustradores de calzado; salvo aquellas personas que en razón de ley especial (Ley del Adulto Mayor y Ley 7600 de Igualdad de las Personas con Discapacitadas) quienes podrán solicitar la respectiva licencia, que equivaldrá a una patente estacionaria por lo que deberán presentar los documentos que demuestren la discapacidad, además de los requisitos del artículo 4° de este reglamento, y pagar el rubro que le corresponda a las patentes estacionarias., las demás personas que se dediquen a estas actividades deberán de hacerlo de forma pregonera en aquellos lugares donde la Municipalidad los autorice.

ARTICULO 13°.- Los patentados estacionarios podrán expender dentro de su actividad comercial cualquier tipo de producto siempre y cuando cuente con la previa autorización del ente municipal.

ARTICULO 14°.- El diseño de los puestos será el que determine la Municipalidad de San José, en coordinación con el Instituto Nacional de Turismo el cual será de carácter obligatorio, cuyas dimensiones se determinarán con base en el planeamiento urbano vigente y según el tamaño de las aceras donde se ubiquen los módulos respectivos, siempre en observación de las demás leyes y reglamentos que rigen la materia.

El área que ocupa un puesto no podrá ampliarse de ninguna forma, por los usuarios, los cuales no podrán instalar toldos, plásticos o cualquier otro objeto. En ningún caso se obstaculizará el tránsito peatonal por las aceras.

ARTICULO 15°.- No podrá expender en los puestos alimentos de consumo directo, salvo aquellos que cuente con licencia de registro del Ministerio de Salud, por lo que queda totalmente prohibido las ventas de fruta pelada, agua de pipas, jugos de naranjas y demás alimentos que puedan contaminarse ante la exposición del medio ambiente.

ARTICULO 16°.- La Compañía Nacional de Fuerza y Luz y el Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados, el Instituto Costarricense de Electricidad, no podrán suministrar fuerza eléctrica, agua o servicio telefónico a ningún puesto estacionario sino cuenta previamente con la debida autorización del ente municipal.

ARTICULO 17°.- La ubicación de los puestos estacionarios será de un máximo de ocho por manzana, sea dos puestos por cuadra, siempre y cuando las condiciones lo permitan a juicio de la Municipalidad y el presente reglamento

ARTÍCULO 18°. La ubicación de puestos de venta de periódico y lotería en los casos que se autorice como venta estacionaria será de un máximo de 12 por manzana, sea dos puestos de lotería y uno de periódico por cuadra.

Estos puestos tendrán las siguientes medidas:

El puesto de periódico será de 1.50 metros de largo por 0.50 de ancho.

El puesto de lotería será 0.75 metros de largo por 0.50 metros de ancho.

Los puestos de periódico y lotería, deben permanecer al lado externo de la acera, por ninguna razón se permitirá que se ubique en la parte interna de esta.

ARTICULO 19°.- Queda terminantemente prohibido el traslado de un puesto estacionario a cualquier otro sitio sin la autorización previa de la Municipalidad. Incluyendo los vendedores de lotería, periódico lustradores de calzado sean estos últimos estacionarios o pregoneros.

ARTICULO 20°.- Queda terminantemente prohibido la cesión, donación, venta o cualquier forma de traspaso de los puestos estacionarios y sus licencias, al que se le comprobará tal negociación se le cancelará la licencia, salvo los presupuestos establecidos en el Artículo 6 de este reglamento.

ARTICULO 21°.- La solicitud de cambio de línea comercial deberá ser tramitada con las formalidades establecidas en el Artículo 3 de este reglamento.

ARTICULO 22°.- En caso de caducidad o renuncia de una licencia por cualquier motivo, la Municipalidad procederá a retirarla de la vía pública.

ARTICULO 23°.- Las autoridades nacionales estarán obligadas a colaborar para que las decisiones municipales tengan el debido cumplimiento.

ARTICULO 24°.- La Municipalidad se reserva el derecho de reubicar los puestos cuando las condiciones del tránsito o peatones lo ameriten, la construcción de obra nueva lo requiera, por

razones de seguridad, por cumplimiento de una norma vigente o cualquier otra causa a juicio de la Municipalidad.

ARTICULO 25°.- La Municipalidad está obligada a enviar al Departamento de Empleo del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, las listas actualizadas de las personas a las que se les ha otorgado licencia de vendedor ambulante y estacionario, para que dicho Departamento pueda ofrecerles cuando se considere oportuno un empleo compatible con sus posibilidades en una actividad productiva.

ARTICULO 26°.- La Municipalidad fomentará y colaborará en la formación de Cooperativas de Vendedores y a la vez iniciará los estudios necesarios y coordinará junto con otras Instituciones a fin de lograr soluciones alternativas a los vendedores.

ARTICULO 27°.- La resolución de la Municipalidad que deniegue la licencia, tendrán los recursos administrativos de impugnación establecidos en el Capítulo segundo del Código Municipal.

ARTICULO 28°.- El monto de la patente a que se refiere este reglamento, será fijada en la suma de ¢15.000.00, colones exactos, lo anterior con base en lo establecido en el Artículo 1,12,13 y 17 de la Ley de Patentes, la cual será cobrada trimestralmente y actualizada por el Departamento de Patentes cada año tomando en cuenta el aumento del costo de vida, la falta de pago de un trimestre provocará la caducidad de la licencia, en dicho procedimiento no se admitirá prueba en contrario, salvo la excepción de pago.

ARTICULO 29°.- Por incumplimiento a las disposiciones legales y reglamentarias podrá la municipalidad imponer las siguientes sanciones:

- a)** Prevención policial escrita la primera vez
- b)** Suspensión temporal de la licencia por ocho días la segunda vez.
- c)** Suspensión temporal de la licencia por quince días la tercera vez
- d)** Cancelación de la misma la cuarta vez.

Las prevenciones prescribirán a los tres meses, mientras que las sanciones prescribirán al año, los plazos correrán a partir del día siguiente a la notificación que deja en firme el acto administrativo.

ARTICULO 30°.- El no pago del impuesto de patentes en los términos fijados en la ley y este reglamento, generará multas del 2% por cada mes o fracción de atraso, sin que pueda exceder del 24% del monto adeudado.

ARTICULO 31°.- Forman parte integrante del presente Reglamento: la Ley No 5694, Ley de Impuestos de Patentes de Actividades Lucrativas publicado en el diario Oficial la Gaceta del

día 3 de julio del año 1973, el Reglamento de Patentes Municipales del Cantón Central de San José, publicado en la Gaceta del día 10 febrero de 1977.

TRANSITORIO I. – El pago de la patente estacionaria que realiza cada vendedor estacionario o pregonero por realizar su actividad comercial, establecido en el artículo 28 de esta reglamento se aplicará a partir del primer trimestre del año 2007.

ARTICULO 32°.- Rige a partir de su publicación.

Anexo # 3

Guías de entrevista.

Capítulo 2

Historia de las ventas ambulantes en calles 6 y 8

Para los VA:

¿Desde cuándo existen organizaciones entre los VA?

¿Cómo se ordena el espacio para el ejercicio de las ventas?

¿Cómo era la situación de ustedes como VA, antes de la llegada de Johnny Araya como Alcalde de San José?

¿Cómo se tornó la venta con la apertura del mercado del Paso de la Vaca?

¿Cómo ha cambiado la situación con la ceración del Bulevar de la Avenida Central?

Para las autoridades administrativas municipales:

¿Cuándo y por qué se instauraron las zonas de tregua?

¿Qué planes ejecuta la Municipalidad para resolver el “problema” de las ventas ambulantes?

Organización de las ventas ambulantes

Para los VA:

¿En qué grupos están organizados los VA y quién los lidera?

¿Qué significa la calle para ustedes?

¿Cuál es su relación con los policías municipales?

¿Cómo se organizan para las horas de comida?

¿Dónde preparan las comidas?

¿Cuáles son las principales reglas, normas y valores que tienen entre VA?

¿Pertenece a alguna organización para la defensa de sus derechos?

¿Cuáles son sus estrategias de venta?

¿De dónde obtiene los productos que vende?

¿Cuál es la relación que mantiene con sus clientes?

¿Los ingresos que obtiene como VA son suficientes para satisfacer las necesidades de su familia?

Guías de Entrevista

A. Capítulo Relaciones Sociales

Fecha de la entrevista: _____

Hora: _____

A) PERFIL DEL ENTREVISTADO

Nombre: _____

Fecha de Nacimiento: _____

Nacionalidad: _____

Estado Civil: _____

Lugar de residencia: _____

Escolaridad: _____

B) PERFIL DE LA ACTIVIDAD

¿Por qué empezó a ejercer la actividad?

¿Qué productos vende?

¿De dónde los obtiene?

¿En cuanto vende su producto?

¿Cuál es su ingreso económico?

¿Cuántos productos vende por día?

¿Cuándo empezó a ejercer esta actividad?

¿Cómo empezó a ejercer esta actividad?

¿Ha tenido otros trabajos?

¿Qué le gusta más de su trabajo?

¿Qué le gusta menos de su trabajo?

D) TEMA: DINÁMICA DE RELACIONES SOCIALES Y EXCLUSIÓN SOCIAL EN LOS VENEDORES AMBULANTES

¿Cuál es el nombre de su profesión?

¿Cuánto tiempo tiene de trabajar como VA?

¿Qué tipo de puesto tiene?

¿Adonde se ubica?

Cuando llega la Policía Municipal ¿Adónde se va?

¿Qué tipo de proveedores tiene?

¿Cómo se relaciona con ellos?

¿Cómo funciona el sistema proveedor - vendedor?

¿Cuáles son sus días de trabajo y los horarios?

Preguntas generadoras:

- ¿Con quiénes se relaciona Ud.?
- ¿Cómo se siente en su lugar de trabajo?
- ¿Cómo se siente Ud. dentro de la sociedad?
- ¿Cómo es el ambiente cotidiano en este lugar?
- ¿Podría Ud. describirme un día de su trabajo?
- ¿Qué anécdotas y recuerdos posee Ud. sobre este lugar?

“Compradores”

- ¿Las personas que les compra Ud., cómo los denomina?
- ¿Quiénes le compran a Ud.?
- ¿Cómo es el trato con ellos?

Transeúntes

Con los demás transeúntes, ¿Cómo es la relación entre ellos y ustedes?

Vendedores Formales

- ¿Cómo es la relación con los vendedores formales de las calles 6 y 8?
- ¿Alguna vez han tenido alguna discusión o malentendido con los vendedores formales?
- ¿Cómo se comparan ustedes con los vendedores formales?

Relación entre vendedores

- ¿Cómo es la relación entre vendedores ambulantes?
- ¿Ha ocurrido alguna discusión? ¿Por qué?

Municipalidad de San José

¿Cómo ha sido la relación con la Municipalidad de San José?

¿Qué ha hecho la Municipalidad de San José durante estos últimos años con respecto a las ventas ambulantes?

¿Cómo es la relación personal con los policías?

¿Cada cuánto pasan por las calles la policía para verificar la presencia de vendedores ambulantes?

Si los encuentran vendiendo ¿Qué pasa?

¿Cómo se sienten en relación con la presencia policial?

¿Cómo han sido los actos de desalojo de la policía municipal?

¿Cuáles son los protocolos cuando los llevan a la cárcel?

¿Qué pasa con los productos cuando se los decomisan?

Conclusiones

¿Qué le diría usted como VA a las demás personas sobre su condición como tal?

¿Qué cambiaría Ud. en su lugar de trabajo?

¿Qué cambiaría Ud. en su condición como VA?

¿Qué planes posee para el día de mañana?

¿Qué le recomendaría a la Municipalidad de San José acerca de la situación de los VA?

Guía de entrevista para jóvenes VA

1. Edad
2. Cuál es su lugar de residencia?
3. Qué tipo de productos vende usted?
4. Hay personas que dependen económicamente de usted?
5. Usted se considera VA?
6. Conoce de otro termino para nombrar la actividad que usted ejerce?
7. Que define a una persona como VA?
8. Como fue su inserción a esta dinámica de las ventas ambulantes?
9. Que lo(a) motivo a tomar la decisión de ser VA?
10. Hace cuanto tiempo se dedica a esta actividad?

11. Cuál es la forma de obtención de los productos que usted vende?
12. Como es su relación con los demás vendedores ambulantes?
13. Con que personas se relaciona más usted dentro del espacio de las ventas ambulantes? Rangos de edad y porque?
14. Cómo describiría que es un día en su trabajo?
15. Cuál es su nivel educativo?
16. Qué piensa usted de su trabajo, que valorización le otorga?
17. Que ha escuchado usted de otras personas acerca de su trabajo? Esto como lo considera usted?
18. Como es su relación con la policía municipal? Ha tenido algún enfrentamiento con ellos?
19. Qué significa para usted el espacio donde realiza sus ventas?
20. Qué opina de los medios de comunicación que se refieren a algún tema relacionado con las ventas ambulantes?
21. Cómo piensa usted que valorizan su trabajo las otras personas que lo rodean? (familia)
22. En su familia hay más personas que se han dedicado o se dedican a las VA?
23. Qué le han expresado los miembros de su familia acerca de su trabajo como VA?
24. Usted realiza algún otro trabajo aparte de las ventas ambulantes?
25. Qué hace en su tiempo de libre?
26. Con quienes se relaciona usted en su tiempo libre?

Guía de Entrevista Capítulo V

Nombre: _____

Edad (fecha de nacimiento): _____

Nacionalidad: _____

Estado Civil: _____

Lugar de residencia: _____

Fecha de la entrevista _____

1. ¿Cuénteme hace cuanto tiempo es usted vendedor ambulante?
2. ¿Cómo tomaron la decisión de ejercer esta actividad usted y su familia?
3. ¿Cuántos miembros se dedican la venta ambulante? ¿Por qué?
4. Podría describir un día de trabajo desde el inicio hasta la vuelta al hogar?
5. ¿Quién se encarga de los niños mientras que no están en la escuela?

6. ¿Cómo hacen con la alimentación cuando los niños están con ustedes en la calle?
7. ¿Quién les ayuda a los niños con los deberes escolares al volver a casa?
8. ¿Cómo organizan el trabajo en la casa?
9. ¿Qué trabajo realiza cada miembro de la familia?

Guía de Entrevista Genealógica para el capítulo V

Nombre: _____

Lugar de la entrevista: _____

1. Describa la relación con los padres y con los hermanos
2. ¿Cómo era su vida con ellos?
3. ¿Podría describir algún recuerdo importante de esos años?
4. ¿Cómo fue la vida durante los años de escuela?
5. Describa su adolescencia
6. ¿Cuál es el cambio más notable que experimento su vida al convertirse en esposo/ esposa de?
7. ¿Cómo se dividen las responsabilidades de la crianza?
8. ¿Cómo es la relación con los familiares políticos?
9. ¿De cuál miembro de la familia siente más apoyo y por qué?
10. ¿Con quién siente menos confianza y porque?
11. ¿Con cuál ha tenido más problemas? Describa uno de ellos
12. ¿Cómo resuelven los problemas?
13. ¿Qué es una familia?
14. ¿Qué ha significado su familia para usted?
15. ¿Cuáles son las diferencias en el comportamiento que usted nota de sus familiares mientras permanecen en el trabajo respecto de cómo son en la casa?
16. Elaboración de la genealogía.