



CASA ABIERTA AL TIEMPO

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

UNIDAD IZTAPALAPA

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA

TITULO DEL TRABAJO

**CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD EN LOS
JÓVENES COMERCIANTES AMBULANTES EN EL
CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE MÉXICO.**

TESIS QUE PRESENTA EL ALUMNO:

ARTURO MISAEL FLORES RAMÍREZ.

MATRICULA: 98220516.

PARA LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE:

LICENCIADO EN PSICOLOGÍA SOCIAL.

ASESORES



MTRO. J. ALFREDO NATERAS DOMÍNGUEZ
ASESOR RESPONSABLE



DR. MIGUEL A. AGUILAR DÍAZ
LECTOR

MAYO 2002



MTRO. JOEL VAZQUEZ ORTEGA
LECTOR

AGRADECIMIENTOS

Tengo la fortuna de haber nacido y crecido entre dos personas que han sido "pilares" durante mi desarrollo, que a lo largo de toda su vida se han enfrentado a un camino donde se les presentaron duras adversidades que por momentos parecía que los derrumbaría, sin embargo, la fortaleza y la experiencia con que están hechos impidieron su caída.

De ellos obtuve ese espíritu de lucha, el cual me dio como resultado la titulación profesional, de no haber tenido a estos dos ejemplos, mi trayectoria académica se hubiera visto afectada.

Agradezco a mi madre y padre por haber confiado en mí todo el tiempo en que hemos estado unidos, por haber trabajado juntos para llegar a esta primera meta, gracias por la tolerancia y la paciencia que han tenido conmigo.

Hay personas importantes a las cuales también agradezco su confianza y apoyo, entre ellas se encuentra mi hermana Holanda Flores, que aun con sus críticas yo se bien que me quiere y le intereso, de igual manera que yo la quiero.

Otra de las personas a la cual doy las gracias es a "LA BEBÉ" Perla E. Dueñas por haber llegado en el año más intenso de la carrera, en el cual siempre estuvo al pendiente e interesada sobre el trabajo que en esos momentos realizaba, gracias por el apoyo y el amor que me brindaste durante el desarrollo de este trabajo de investigación.

Con todo mi respeto y aprecio.


Arturo Misael Flores Ramírez.

INDICE

INTRODUCCIÓN.....	1 - 3
I. ANTECEDENTES.....	4 - 8
II. JUSTIFICACIÓN.....	9 - 11
III. MÉTODO	
3.1 Planteamiento del problema.....	12
3.2 Preguntas de investigación	12
3.3 Objetivo general y específicos.....	13
IV. MARCO TEÓRICO	
4.1 COMERCIO AMBULANTE.	
4.1.1 Breve historia del comercio ambulante.....	14 - 15
4.1.2 Situación del comercio informal en los primeros gobiernos priistas.....	16 - 18
4.1.3 Situación del comercio callejero en la última década.....	19 - 22
4.2 IDENTIDAD SOCIAL	
4.2.1 Que entendemos por identidad social.....	23 - 25
4.2.2 La identidad social abordada desde la perspectiva sociológica.....	26 - 31
4.2.3 La identidad social en relación con los símbolos socioculturales.....	32 - 34
4.2.4 La teoría de la categorización del yo: el autoconcepto social y el endogrupo – exogrupo.....	35 - 37
4.3 VIOLENCIA.	
4.3.1 Definiciones.....	38 - 40
4.3.2 Violencia y juventud.....	41 - 47
4.3.3 Factores que refuerzan la violencia.....	48 - 49

4.4 GÉNERO.

4.4.1 Definición y utilización del concepto.....	50 - 51
4.4.2 Situaciones de género en la vida cotidiana.....	52 - 53
4.4.3 La mujer desde la perspectiva de género.....	54 - 56
4.4.4 El hombre desde la perspectiva de género.....	57 - 61

V. METODOLOGÍA

5.1 Método de investigación.....	62
5.2 Tipo de estudio.....	63
5.3 Instrumentos.....	64 - 66
5.4 Escenarios.....	67
5.5 Población	68
5.6 Muestra.....	69
5.7 Procedimiento.....	70
5.8 Tipo de análisis.....	71

VI. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....72 - 74

6.1 Descripción y definición del comercio ambulante.....	75 - 84
6.2 Percepción de juventud en los comerciantes ambulantes.....	85 - 86
6.3 Practicas culturales entre los jóvenes comerciantes ambulantes.....	87 - 89
6.4 Expectativas a largo plazo de los jóvenes comerciantes ambulantes.....	90 - 92
6.5 Identidad en los jóvenes microempresarios callejeros.....	93 - 98
6.6 Género en los jóvenes comerciantes ambulantes.....	99 - 104
6.7 Violencia física presente en el comercio ambulante.....	105 - 112

VII. CONCLUSIÓN.....113 - 124

VIII. BIBLIOGRAFÍA125 - 126

IX. ANEXOS127 - 138

INTRODUCCIÓN

En la presente investigación se analizan los elementos que intervienen en la construcción de la identidad social en los hombres y mujeres jóvenes que trabajan en el comercio ambulante de la zona del centro histórico de la ciudad de México, más específicamente los “*instalados*” en el pasillo que va de la calle 16 de septiembre a la de Francisco I. Madero, frente a palacio nacional.

Estos elementos estudiados y posteriormente interpretados fueron tomados como categorías de análisis entre las que se encuentran: el comercio ambulante, la violencia física, el género al que pertenecen los actores de esta labor, sus prácticas culturales, así como la identidad tanto personal como grupal.

El análisis de las mencionadas categorías se vio reforzado por los temas y subtemas que constituyen el marco teórico de la presente investigación. En el caso del comercio ambulante recurrí a la información histórica sobre esta temática, pasando por los primeros gobiernos pristas en donde comienzan a aparecer los y las jóvenes como los principales actores del comercio ambulante, hasta llegar a la situación y condiciones en las que se ejerce esta labor callejera dándonos cuenta de la importancia que ha venido cobrando en los últimos años.

Con lo que respecta a la violencia, hablaré de ella ubicándola en escenarios urbanos, debido a que es una de las características que aparecen de manera importante en los jóvenes vendedores ambulantes. Me ocupé de dar algunas definiciones tanto de violencia física, violencia estructural como de violencia social, para saber a que tipo de violencia me estoy refiriendo durante la interpretación, de esta manera podremos entender la importancia que tiene la violencia en el desarrollo de la acción del comercio ambulante.

Estas dos modalidades de violencia así como sus posibles reforzadores de los que también comento, las vinculo con las situaciones por las que atraviesan los y las jóvenes ambulantes, mencionando cuales podrían ser sus consecuencias durante la construcción de la identidad.

En cuanto a la identidad social, comentaré la manera en que la abordé guiado por los objetivos y el planteamiento del problema de esta investigación, tomando perspectivas sociológicas y de psicología social, las cuales me permitieron obtener conceptos y teorías sobre el autoconcepto social, la diferenciación social, el endogrupo y el exogrupo que fueron de gran relevancia para explicar los procesos psicosociales por los que atraviesa el sujeto para construir su identidad.

Otra de las categorías antes mencionada es la de género, la cual fue analizada bajo diferentes enfoques de especialistas en la materia, comenzando por dar la definición y utilización de este concepto; señalando algunas situaciones en la vida cotidiana con el objeto de dejar claro el uso o manejo de esta categoría de análisis, tomando en cuenta las perspectivas que se tienen tanto para la mujer como para el hombre en este mismo sentido de género.

La metodología utilizada fue de tipo cualitativa debido a que nos producirá datos descriptivos a partir del discurso de nuestros entrevistados, tomando en cuenta los escenarios en donde se desarrolla su actividad. La modalidad del estudio es descriptivo y exploratorio empleando instrumentos como la observación no participativa y la entrevista individual en profundidad aplicándola a una muestra de tipo estratégico.

Por último y después de haber realizado el trabajo de campo, se hizo un análisis interpretativo-comprensivo de los datos obtenidos a través de las entrevistas a profundidad, tomando en cuenta los planteamientos referidos en el marco teórico manejado en este trabajo. La idea o intención es reconstruir los significados y sentidos de la realidad social construida por la mencionada población.

Presentaré una explicación de las características estudiadas para la formación de la identidad social tanto en hombres como en las mujeres jóvenes entre 18-19 años de edad que trabajan en el comercio ambulante, sus diferencias y similitudes de cada uno, así como del sujeto dentro de la sociedad bajo el marco de la identidad social.

I. ANTECEDENTES

Con respecto al comercio ambulante podemos recordar de nuestra niñez la presencia de vendedores de dulces, refrescos y frutas en los parques públicos, afuera de los cines y a la salida de las escuelas, así como la existencia de los aboneros que recorrían la ciudad en bicicleta vendiendo ropa y utensilios de cocina a través de catálogos; ellos eran parte de la vida cotidiana y nadie los veía como algo indeseable. Sin embargo las cosas han cambiado dramáticamente durante los últimos años. A partir de la década de 1960, la construcción de mercados populares en las nuevas colonias que se creaban dejó de realizarse, nadie se preocupó en ampliar los mercados existentes, para responder al crecimiento de la población en los barrios y colonias donde ellos funcionaban. En 1980, cuando el gobierno del DF se vio obligado a crear y permitir los "*mercados sobre ruedas*", con objeto de facilitar la adquisición de alimentos a bajo precio en las colonias populares y de clase media, generó varios miles de empleos que ya entonces resultaban necesarios para la población.

Las crisis económicas de 1982, 1995-96 y la aplicación de las políticas neoliberales de los expresidentes De la Madrid, Salinas y Zedillo, con sus altas tasas de desempleo, lanzaron a miles de trabajadores de todas las edades incluyendo a una buena parte de jóvenes que hoy en día son los principales actores de esta actividad a buscar en el trabajo informal, la forma de sustento, es decir, emplearse por cuenta propia.

Todo lo anterior provocó la transformación del paisaje de la ciudad, invadida por miles de puestos de "*comercio ambulante*", en donde es posible obtener frutas y alimentos preparados, al igual que prendas de vestir y zapatos, útiles escolares, herramientas, videos, aparatos electrónicos e incluso muebles. Los nombres más comunes que se dan a esta actividad: "*comercio ambulante*" y "*comercio informal*", no son los más apropiados; el primero porque una gran cantidad de puestos son permanentes y con ubicación fija, el segundo porque existen otras formas de comercio informal que se practican fuera de la vía pública (por ejemplo en las oficinas).

Aún así, utilizaré el término de comercio ambulante para referirme a todas las formas de comercio en la vía pública, por lo que para este estudio me ocuparé del que se encuentra en el centro histórico del D.F.

Las opiniones sobre la relación entre comercio ambulante y delincuencia están divididas. Por una parte hay quienes piensan que el comercio callejero fomenta la delincuencia asociado este problema social a los jóvenes y por otra parte, otros opinan que la reduce, al ofrecer opciones alternas de ocupación para muchos jóvenes y gente de mayor edad.

Una parte importante de la sociedad reconoce al comercio callejero como una respuesta natural y positiva a la crisis económica, porque ha permitido generar empleos y porque la gente que trabaja en estas actividades incrementa sus ingresos en forma significativa, apoyados por el pensamiento pragmático de la población la cual menciona que: *“el comercio callejero es útil porque facilita la compra de productos y permite un cierto ahorro en las compras”*¹

La venta de alimentos preparados en la vía pública, no obstante los riesgos que implican para los consumidores, constituye la única opción económica de alimentación para una buena parte de los trabajadores que se encuentran en la zona del centro histórico del D.F. Es por esto que la aplicación de medidas drásticas de control como es el uso de la fuerza pública (violencia física) por el grupo de granaderos, reducción o reubicación del comercio callejero que no ofrezcan soluciones prácticas y atractivas para los jóvenes comerciantes ambulantes que son para esta investigación los actores principales como para sus consumidores, se enfrentarán con el disgusto de la población.

Por otra parte, la condición extralegal del comercio callejero lo hace una actividad de alto riesgo, por lo que la creación de organizaciones de autodefensa que tienden a transformarse en estructuras jerárquicas fácilmente controlables a través de la cooptación

¹ Testimonio del programa “Águila o sol” del canal 11 transmitido en el mes de junio de 2001.

de sus líderes y la utilización de medios violentos, han constituido un atractivo para el gobierno.

Durante los dos últimos decenios estas estructuras fueron ampliamente utilizadas para fines políticos, dadas las grandes reservas de votos que ellas representaban, generándose así mecanismos corporativos capaces de superar a las caducas estructuras del sindicalismo oficial. Por ello y de algún modo, tienen razón quienes piensan que el gobierno ha fomentado el desarrollo del comercio callejero.

A partir de esta investigación podremos darnos cuenta de la percepción social que tiene los mismos jóvenes comerciantes ambulantes siendo actores sociales de esta ciudad, tanto como jóvenes que son – junto con la carga social que se les atribuye - y como comerciantes ambulantes con todo lo que atrae el pertenecer a este sector tan amplio dentro de nuestra ciudad de México , es decir, enfrentados a diversas situaciones que de alguna manera influirán en la construcción de su identidad social como son la violencia social de la que a continuación comentaré.

La violencia social forma parte del paisaje cotidiano, más policías y mayores controles no servirán de freno a la violencia. Las múltiples imágenes que engendra la violencia en donde se le acusa a el o la joven de ser sus más frecuentes precursores, configuran un imaginario colectivo al que le faltan categorías para pensar las diferencias que existen entre la violencia "legítima", aquella que ejercen las instituciones y los poderes con el afán de preservarse a sí mismas y la que estalla desordenadamente en una guerra de todos contra todos. Es el caso de nuestra investigación, en donde la violencia física se da de manera explícita dentro del comercio ambulante, siendo vivida directamente por los y las jóvenes que frecuentemente están a expensas de ser golpeados por el grupo de granaderos, influyendo estas acciones en su forma de ir construyendo su identidad a partir de las situaciones a las que se enfrentan constantemente.

Sobre las causas de fondo de la violencia social se han dado diversas explicaciones, entre ellas se encuentra el origen histórico de la nación; el exceso de población; los modelos culturales (agresividad masculina); la frustración que surge de la postergación de las expectativas no realizadas; la falta de oportunidades como es la carencia de un empleo dignamente remunerado; la poca apertura de lugares en instituciones de educación en los diferentes niveles; el rápido cambio social y la falta de confianza en la autoridad, entre otras.

La violencia social ha sido objeto de preocupación, reflexión e intervención desde la formación de las primeras sociedades. Horst Kuurnitzky (1997) recuerda que: *“toda la historia humana se puede leer como la historia del control de la violencia”*. Cada época puede ejemplificarse a partir de la expresión de ciertas violencias: la de los conquistadores sobre los conquistados, la de la iglesia católica sobre los herejes, la de los señores contra los siervos, la del patrón sobre los obreros, todo este tipo de violencia la ejercen los propietarios de este poder. El discurso social ha tendido a justificar este tipo de violencia como “necesaria” para garantizar el orden institucional, es decir, el orden de los dominadores.

El contexto que enmarca tal situación de la gestación de la identidad social se da en un espacio simbólico, me refiero al centro histórico de la ciudad de México. Este fue el primer indicio de esa cualidad propia de dicho espacio para reunir la esencia de la colectividad.

El centro de una ciudad se distingue por los usos y las prácticas de aquellos que lo frecuentan, lo que se encuentra construido en el centro, las representaciones que le han sido asociadas, todo ocurre a la diferenciación de este espacio de los otros componentes espaciales de una aglomeración urbana.

Entre los usos que se hace de un espacio por un grupo humano particular como son los y las jóvenes comerciantes ambulantes da paso a que “*el uso cree la imagen como la imagen crea el uso*” tal como lo afirma Jerome Monnet ² considerando al centro como un lugar donde se hace y se vende de todo estableciendo una relación con su uso proyectado. Esta reflexión tiene que ver con la hipótesis de su trabajo de investigación que consiste en que tales representaciones también revelan usos.

El centro histórico de la ciudad de México funge como un ámbito imaginario que suscita innumerables representaciones, imágenes del estado, de la nación, aparecen como condición necesaria de la vida social porque ofrece esa función de comunicación en una identidad compartida.

La sorprendente diversidad de actividades que se llevan a cabo en el centro histórico se magnifican en complejas organizaciones en calles especializadas y sutiles integraciones económicas por barrio las cuales le ha dado en gran medida su identidad, pero también el apego de sus visitantes y la fidelidad de sus clientes.

La imagen que dan de él, los usos demuestran que el centro de la ciudad es buscado por todos, por todas las actividades y todas las categorías urbanas. La cualidad de este lugar del centro lo convierte en botín del control social en todos los países donde se impone una organización centralizada.

² Monnet Jerome, *Usos e imágenes del centro histórico de la ciudad de México*. D.D.F y centros de estudios mexicanos y centro americanos. México 1995.

II. JUSTIFICACIÓN

Tanto el comercio ambulante como la violencia social es hoy en día uno de los problemas que más preocupan a la Ciudad de México y en general a las ciudades del país. Es por ello el interés de estudiar el fenómeno, encontrándonos con algunas sorpresas que nos han llevado a cambiar nuestros puntos de vista en más de una ocasión. Entre la actividad propiamente y los jóvenes comerciantes ambulantes, se encuentra la información sobre sus prácticas culturales, la aparición de la violencia social en los comerciantes ambulantes, cuestiones relacionadas con el género y la construcción de la identidad social en los jóvenes que desempeñan este tipo de trabajo informal como se le ha llamado.

Una de las finalidades del presente trabajo es estudiar bajo la perspectiva de la identidad social juvenil a este sector importante dentro de nuestra sociedad en la ciudad de México al interior del grupo de los comerciantes ambulantes. La intención es conocer algunas de sus características identificatorias como son , el tipo de música que escuchan, es decir, prácticas culturales, la percepción que tienen de juventud en términos generales, así como las características generales de la juventud de esta modalidad de comercio en la vía pública, la interacción entre ellos mismos, las expectativas que tienen a corto y a largo plazo, las formas en que describen y definen su actividad así como las diferencias que existen con otros empleos, las diferencias y semejanzas entre hombres y mujeres comerciantes ambulantes, el autoreconocimiento personal, su adscripción grupal y la manera de explicarse la violencia social y física con la que están en contacto frecuentemente. Todo lo anterior es con la intención de conocer qué los hace ser diferentes a otros grupos de referencia y las cualidades que permean su sentir sobre esta situación a la cual se enfrentan a diario considerando que hasta el momento ha sido poco estudiado desde una visión de tipo psicosocial.

La violencia social tiene un espacio y escenario de visibilidad casi transparente en el ámbito de lo urbano, lo cual no niega que en lo rural no se manifieste. La violencia urbana se objetiva de manera flagrante en la ciudad de México. En este caso centraremos la violencia física y comentaré sobre la violencia estructural a la cual están constantemente expuestos los jóvenes comerciantes ambulantes de la zona centro de la ciudad de México.

En los últimos años presenciamos actitudes cada vez más alarmantes de violencia social, en algunas condiciones alcanza niveles que amenazan con destruir nuestras formas de convivencia social. Esta violencia circula por las instituciones oficiales, los organismos de seguridad, de asistencia, en la propia familia, sitios que en lugar de ofrecer ayuda se han convertido en la mayor de las veces en espacios de opresión.

El sistema político y económico, así como la desarticulación de las instituciones, juegan un papel central, ya que este problema social (la violencia estructural) está vinculado a las condiciones de vida, el empleo, la educación, la extrema pobreza, servicios de atención médica, el desplazamiento de las poblaciones del campo a la ciudad, principalmente gente joven en busca de trabajo que en muchas ocasiones se convierte en trabajo de lo informal es decir, lo que produce es un sentimiento de desarraigo, de pérdida de códigos que reinaban en el ambiente familiar y en la comunidad de origen, por lo tanto, los vínculos familiares son cada vez más frágiles. Pero para los gobernantes en el poder es mucho más cómodo y fácil decir que el origen de la violencia viene de los medios de comunicación; este amplio espectro nos muestra la complejidad del problema.

En todo momento y lugar la violencia está presente, nuestras actividades cotidianas tanto en espacios públicos como privados están permeadas de precaución extrema, la vida es efímera y llena de un temor constante. Es innegable y muy desconcertante el incremento de la violencia, debido a que los referentes de intercambio social se pierden, la desconfianza perjudica las relaciones, el terror y el miedo paraliza a los sujetos, por lo que los temas de violencia e inseguridad adquieren hoy gran relevancia debido al incremento en los índices de este problema social y en particular de la ciudad de México, además de

ser una de las principales cuestiones que son del interés de la ciudadanía por ser uno de los causantes de la desestabilidad emocional y social tanto en el espacio público como en el privado. Aunque las autoridades encargadas digan lo contrario, basta con salir a la calle para escuchar o platicar con la gente de su percepción y/o experiencia con respecto a este tema para confirmar el aumento de la violencia social.

Es importante comentar en este mismo sentido de la violencia ligada con los y las jóvenes que regularmente se les ha criminalizado por sus prácticas sociales y culturales, estereotipando la imagen de juventud y con esto las autoridades logran generar la opinión pública sobre y en contra del joven. Encargándose de enfatizar estas imágenes construidas negativamente los medios masivos de comunicación, particularmente la televisión que hace uso de las imágenes en donde se muestran claramente las fachas y estilos corporales acompañado por música y bailes con cualidades juveniles, creando un *“caldo de cultivo”* para las miradas moralistas, conservadores y *“cuidadoras de las buenas costumbres”* llevándolos a estos televidentes acriticos a dar opiniones y comentarios poco argumentados y anacrónicos.

De esta manera se le abre el camino a los diferentes cuerpos policíacos para poder arremeter en contra de los diferentes grupos juveniles, sin tomar en cuenta las opiniones de los propios actores juveniles *“enjuiciados”* por la influenciada e influenciadora voz populi.

III. MÉTODO

3.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿ Cómo se construye la identidad social de los jóvenes que trabajan en el comercio ambulante en la zona del centro histórico de la ciudad de México a partir de sus experiencias cotidianas de vida ?

3.2 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

- 1.- ¿ Se construye de igual manera la identidad de los hombres y de las mujeres jóvenes siendo comerciantes ambulantes?
- 2.- ¿Cuáles son las características identificatorias de ser comerciante ambulante?
- 3.- ¿Qué significa para los hombres y mujeres jóvenes comerciantes ambulantes la actividad que realizan?
- 4.- ¿ Cuales son los principales elementos que aparecen durante la construcción de su identidad ?

3.3 OBJETIVO GENERAL

Conocer la construcción identitaria de los jóvenes que trabajan en el comercio ambulante en el centro histórico de la ciudad de México.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar las diferencias y similitudes que tienen hombres y mujeres jóvenes trabajadores del comercio ambulante en la construcción de la identidad social dentro de esta actividad.
- Conocer el significado de comercio ambulante a partir del discurso de los y las jóvenes que lo ejercen.
- Conocer la percepción que tienen de juventud en términos generales y de sí mismos los hombres y las mujeres jóvenes comerciantes ambulantes.
- Conocer cuales son los factores que intervienen en la construcción de la identidad de los y las jóvenes comerciantes ambulantes.

IV. MARCO TEÓRICO

4.1 COMERCIO AMBULANTE.

4.1.1 BREVE HISTORIA DEL COMERCIO AMBULANTE

Nacieron casi al tiempo que la sociedad en tribus. El trueque y el intercambio de mercancías están más atrás en el tiempo que esa ancestral y cinematográfica imagen del vendedor ambulante de baratijas recorriendo los barrios. Los lugares de encuentro en las poblaciones rurales, donde campesinos y viajeros exponían sus mercancías, son también el punto de arranque de la vieja costumbre de reunirse en las plazas del pueblo. Ya para la época precolombina en los relatos de Bernal Díaz del Castillo sobre la historia de la Nueva España alcanzan relevancia los orientados a describir las matemáticas del comercio en las calles de la gran Tenochtlán.

El tianguis principal del centro de la ciudad era el mercado de Santiago de Tlatelolco, al norte de la ciudad y destacaba por la variedad de animales, plantas y frutos, la clasificación de los productos por andadores, la limpieza de la vía pública y de los comerciantes, el trato directo entre el comprador y el vendedor y la determinación de lugares específicos para desarrollar el comercio en vía pública sin detrimento de otras actividades comerciales y de servicios. La eficiencia del funcionamiento de los primeros tianguis públicos se debía fundamentalmente por el orden y la disciplina de los cuadros operativos y ejecutivos que administraban los puntos de venta.

Con la conquista, el comercio experimentó la introducción de una gran variedad de productos y servicios. En la medida en que la población se extendía a las afueras del centro histórico de la ciudad, el comercio lo seguía, se acondicionaba según las circunstancias, ocupaba calles, avenidas y/o plazuelas a donde trasladaban sus productos.

En las partes más alejadas, el comercio atendía a los pobladores de las regiones aledañas a la ciudad, lo que impulsó la apertura de caminos, brechas y la ampliación del intercambio.

En la época Independiente solo unos pocos comerciantes estaban establecidos y la mayoría se trasladaba de un lugar a otro. En la ciudad de México, se tenía un incipiente comercio ambulante dirigido a la prestación de servicios como fontanería, zapatería, dulcería y antigüedades. Con la consumación de la independencia surgieron en la capital y en la provincia vendedores de leña, pulque, tortillas y pelucas.

En la época Revolucionaria el comercio se extendió a algunos puertos, como Veracruz y Acapulco, en las principales estaciones ferroviarias y camioneras. Los productos tradicionales fueron sustituidos por cigarrillos, ropa y adornos. En las ciudades se estableció el comercio urbano y los libaneses empezaron a fundar industrias textiles y de bordados.

Con la época Posrevolucionaria el comercio de bienes y servicios continuó incrementándose, sin que hubiera un plan regulador o planes de gobierno que lo consideraran como una de las acciones públicas.

Esta actividad del comercio ambulante era ejercida en su mayoría por personas adultas como lo llegamos a apreciar en documentales históricos y algunas películas. Para este tiempo los y las jóvenes realizaban otro tipo de trabajo socioculturalmente determinados como eran la carpintería, la albañilería, la mecánica, entre otros oficios que solo realizaban los hombres jóvenes; para las mujeres jóvenes se les veía aparecer como secretarias, meseras, estilistas o trabajando en cuestiones domésticas.

4.1.2 SITUACION DEL COMERCIO INFORMAL EN LOS PRIMEROS GOBIERNOS PRIISTAS.

En los primeros gobiernos priistas, sólo se puso énfasis en la construcción de mercados públicos a fin de tener el comercio al menudeo establecido en locales para este tipo de actividad y sin realizar estudios de demanda comercial, impacto ambiental y de dotación de servicios. Los mercados públicos fueron más una bandera política que una verdadera respuesta a las necesidades de los habitantes de pueblos, colonias y barrios, en especial por la falta de mantenimiento de los mercados y al auspicio que el gobierno daba al mercado sobre ruedas.

El mercado sobre ruedas se convirtió en el azote de los locatarios y de los habitantes de las zonas donde de manera arbitraria se establecen pues el comercio dirigido a ofrecer productos a bajos precios a la población de escasos recursos se asentó en colonias donde no se necesitaba ese servicio, como Polanco y la Del Valle.

En las zonas populares se asentaron comerciantes que ofrecen productos de mala calidad y con un precio muy elevado y el comercio en vía pública representó para miles de mexicanos una tabla de apoyo frente al desempleo y la marginación social.

Por otro lado, gran parte de la actividad fue controlada por grupos cuyos intereses se oponen a su ordenamiento. Líderes corruptos, la ineficiencia de las autoridades de la ciudad y de las delegaciones políticas

En la época actual el comercio en vía pública se ejerce por el exceso de mano de obra no calificada, la ineficiencia de los programas de empleo del gobierno y del sector privado y la explosión demográfica.

Otras de las razones son el auspicio del gobierno para el comercio en la vía pública con programas de mercado sobre ruedas, los grupos de traficantes ilegales promueven esta actividad por medio del suministro de productos y bienes de dudosa procedencia conocida

como “falluca”. El comercio ambulante es una forma de evadir el pago de impuestos, además de que el comercio en vía pública se ejerce sin emitir factura, por lo que el comprador carece de garantía de la calidad del producto que recibe.

"La venta ambulante es el oficio más antiguo del mundo y no el que siempre se dice. A los mercados empezaron a ir las prostitutas porque era allí donde estaban todos sus potenciales clientes".

"Cuando se aleja el mercadillo, cae la actividad de la venta en todo el comercio".

(Juan Rojas)³

La actividad registra una tendencia hacia el crecimiento, de manera anárquica y sin planeación alguna y las actividades, a nivel federal o estatal, han carecido de voluntad política para controlar este comercio informal.

En estos tiempos cuando la tasa de desempleo alcanza no solamente a personas consideradas como adultas en el campo laboral, que es a partir de los 35 años de edad hacia adelante, comienzan a integrarse al escenario de las calles y las banquetas del centro histórico de la ciudad de México, miles de hombres y mujeres jóvenes que oscilan entre los 15 a 29 años de edad, que adoptan rápidamente el papel de comerciantes ambulantes. Muchos de ellos y ellas son producto de la violencia estructural siendo una de sus manifestaciones el desempleo ó el empleo con sueldos denigrantes y la falta de matrícula para ingresar a una institución de educación básica o media superior.

³ Testimonio del programa “Águila o sol” del canal 11 transmitido en el mes de junio de 2001.

Los y las otras son como “*hijos*” del comercio ambulante ya que la mayoría de los que ahora son jóvenes, heredaron el puesto de alguno de sus familiares o aprendieron este “*oficio*” desde pequeños (as) cuando acompañaban a sus padres o familiares a trabajar en el ambulante, para que ahora tengan su propio puesto e incluso volverse “*microempresarios callejeros*” porque tienen a su cargo gente que les ayude a atender otros puestos de su propiedad.

4. 1. 3 SITUACION DEL COMERCIO AMBULANTE EN LA ULTIMA DECADA.

En esta ultima década podemos afirmar que el centro histórico concentra el comercio mayorista de las telas, de la ropa, de las maquinas de coser, aparatos electrodomésticos o electrónicos, material de oficina y de dibujo. La manera en como estaba distribuido el centro histórico hasta por lo menos en 1995 que es cuando Jerome Monnet ⁴ realiza el estudio, es de la siguiente manera:

a) CENTRO: tiendas elegantes y servicios de alto nivel;

La persona: joyerías-relojerías, ópticas, ropa, maletas, artículos de piel, grandes tiendas de departamentos, zapaterías.

La profesión: material para joyeros, telas.

La casa: antigüedades.

Otros: bancos, librerías, restaurantes, hoteles, grabadores de placas y medallas, compra de oro y plata, servicios diversos y oficinas administrativas.

b) SANTO DOMINGO: comercios y servicios para profesionales;

La profesión: material de oficina, equipo para dentistas, material medico, artículos religiosos.

La casa: espejos, carteles y calendarios.

Otros: imprentas, escribanos públicos, reparación de maquinas de escribir.

c) SUR: equipo para artes aplicadas, deportistas y aficionados:

La persona: fotografía, deportes, instrumentos musicales.

La profesión: electrónica, papelerías, material de dibujo profesional, útiles, balanzas y basculas.

La casa: T.V y estereos.

⁴ Monnet Jerome, *Usos e imágenes del centro histórico de la ciudad de México*. D.D.F y centros de estudios mexicanos y centro americanos. 1995

d) ORIENTE: ropa, equipo de costura y confección.

La persona: ropa en general, ropa de niños, vestidos de novia, ropa formal, uniformes e insignias, boneterías, mercerías, deportes, baratijas y joyerías de fantasía.

La profesión: telas, estambres e hilos, maquinas de coser, talabarterías, peleterías, droguerías, perfumerías.

Se ha dicho que el centro histórico de la ciudad de México es el barrio de los vendedores ambulantes, los monumentos y las manifestaciones. Estos tres temas representan el 60 por ciento de los encabezados concernientes al centro histórico, según los periódicos. Solo cinco encabezados de la primera plana de *Metrópoli* informan sobre una manifestación, pero todas se refieren al centro histórico, mientras que cinco de los nueve encabezados que hablan de patrimonio arquitectónico aluden al barrio y más de 40 por ciento de las evocaciones son acerca de los vendedores ambulantes.

A continuación presentaré dos cuadros que ilustran la importancia que viene creciendo en torno al comercio ambulante en el centro histórico de la ciudad de México ⁵.

Distribución de los temas asociados con el centro histórico en su conjunto
(en porcentaje total)

	Encabezados (Metrópoli)	Contenidos (Todos los diarios)
Política	12.0	6.9
Vivienda	6.1	16.0
Ambulantes	20.4	21.0
Transportes	8.2	5.7
Manifestaciones	10.2	0.0
Diversiones	18.4	12.3
Seguridad	2.0	1.8
Contaminación	2.0	1.8
Vialidad	2.0	0.9

⁵ Monnet Jerome. *Usos e imágenes del centro histórico de la ciudad de México*. D.D.F y centros de estudios mexicanos y centro americanos. 1995.

Artículos de prensa sobre el centro histórico de la ciudad de México.
(Número de menciones por temas y por lugares)⁶

Lugares	Política	Ambulantes	Comercio	Transporte	Manifestaciones	Seguridad
C. Histórico	23	69	37	19	0	6
Centro (sin precisar)	1	16	6	0	2	1
Primer cuadro	2	2	0	1	0	0
La merced	10	33	25	1	0	17
Calle Corregidora	3	23	1	0	0	0
Calle V. Carranza	0	16	1	0	0	2
Calle de Moneda	0	7	0	0	0	0
Calle Circunvalación	0	7	0	5	1	1
Calle Correo Mayor	0	11	3	0	0	1
Otras 30 calles	2	71	4	3	0	3
Calle Madero	0	2	3	2	1	0
Calle Tacuba	0	6	2	0	0	0
Otras 23 calles	4	37	5	6	0	0
Plaza Mayor / zócalo	0	16	0	9	22	1
Templo Mayor	0	2	1	0	0	0
Catedral	0	4	0	0	1	0
Palacio Nacional	1	4	0	0	1	0
Edificio GDF	0	0	0	0	1	0
Edificio ALDF	0	0	0	0	6	0
TOTAL		326				

⁶ Monnet Jerome. *Usos e imágenes del centro histórico de la ciudad de México*. 1995. cita anterior.

Los anteriores cuadros nos muestran la importancia que tiene el comercio ambulante principalmente en el centro histórico, ya que frecuentemente ocupa espacios en los diferentes medios masivos de comunicación como es el caso de la prensa, sin embargo, es un fenómeno social que viene en ascenso por los altos índices de desempleo no solo en la ciudad sino del país.

En lo que deberían poner atención los responsables o encargados de las políticas públicas y los programas de empleo, es a donde se dirigen los desempleados; la respuesta proporcionada por la Asamblea Legislativa del Distrito Federal a través de la comisión de abasto y distribución de alimentos en el D.F, no dicen que siete de cada diez desempleados en el D.F. se dedican al comercio informal en sus distintas modalidades ya sea comercio en las banquetas conocidos como “*toreros*” y el comercio sobre ruedas, así mismo esta comisión de la A.L.D.F. nos indica que siguiendo los programas delegacionales del D.F, tan solo en el centro histórico perteneciente a la delegación Cuauhtémoc, aunque no exista un empadronamiento oficial, se tiene la cifra aproximada de 10,000 comerciantes ambulantes, de estos el 75% son hombres y mujeres jóvenes que van de los 15 a los 29 años de edad.

4.2 LA IDENTIDAD SOCIAL

4.2.1 ¿QUE ENTENDEMOS POR IDENTIDAD SOCIAL?

La identidad social comprendida como un proceso determinado por características históricas y subjetivas, es uno de los puntos centrales en el estudio de las ciencias sociales. El tratar de conocer el proceso por el cual el sujeto social se construye mediante los vínculos, la cultura, lo histórico, lo institucional y subjetivo, es objeto de interés de los estudiosos de las ciencias sociales. La identidad se nos muestra para comprender las relaciones que el sujeto establece consigo mismo y con los demás grupos. Surgirán de ello los modelos con los que se identificará, modelos institucionales, socializantes, el “*rol social*”, etc. Podemos hablar del mismo proceso de la identidad social en cuanto al grupo de edad a que se pertenece y de acuerdo a estos parámetros el sujeto estará mejor o peor relacionado consigo mismo y con el grupo.

La idea se plantea como un modelo de lo que debe ser, entonces, el problema de construcción de la identidad es hacer que los grupos cada vez mayores de la población, asuman y acepten las características que se han planteado. No tendríamos la misma identidad social, porque hablamos y pensamos igual o por poseer los mismos valores; sino porque somos capaces de admitir todas esas diferencias históricas que existen entre la población del país, respetarlas, valorarlas y aprovecharlas mutuamente. La identidad social tiene que ver con el espacio físico, intelectual, moral y psicológico; el espacio donde coexisten esas diferencias y donde es posible que se vean estimuladas y enriquecidas recíprocamente.

El trabajo es un espacio de identidad muy importante para la construcción de la personalidad de los sujetos, de los jóvenes en concreto, porque en él realizan la afirmación de sí mismos y la consecución de las metas a las que aspiran o aspiraban.

La identidad social se da a distintos niveles y varios momentos. Es un recurso constante. Se trata de establecer una diferencia entre nosotros y los otros. Esta identidad social se construye a partir de las relaciones sociales, especialmente de la familia.

Estos y estas jóvenes comerciantes ambulantes o "*microempresarios callejeros*" también tiene necesidad profunda de pertenencia pero no en las viejas instituciones - partidos políticos, sindicatos, iglesia - sino de pequeños grupos "*cálidos*", de amigos cercanos que compartan las mismas estéticas, gustos, estilos de vida y valores orientados hacia lo urbano, es decir, la vida en la ciudad como espacio simbólico de consumo de relaciones sociales y posibilidades de compaginar estudio, empleos ocasionales y nada permanentes que le permiten ambas cosas (estudiar y trabajar).

Aparece una nutrida conciencia de clase determinada por signos exteriores, como actividades, ropa y vacaciones que asignan estatus, pero es una conciencia intercambiable, es decir, modificable con las opciones de consumo que se vayan a tomar. Esta es la realidad que creen vivir los jóvenes, una realidad que les lleva a creerse que "*se mueven*".

Pero dejemos, en fin que sean los jóvenes quienes hablen sobre sí mismos y atendamos los valores, estilos de vida y proyección de identidades que asoman en sus hablas discursivas como resultado de su socialización. Pero también atendamos la mirada del otro, el adulto (padres y profesores) que influyen en la configuración del joven (como individuo) y como juventud (grupo social) ya que la identidad se construye siempre en contraposición a otro; en este caso en contra del mundo adulto.

De la anterior idea sobre la contraposición entre juventud y adulto, la comentare más adelante en el análisis de la información obtenida, encontrándola en el apartado sobre las percepciones que se tiene de juventud en general, así como de juventud comerciante callejera y las diferencias que ellos y ellas mismas expresan a partir de su propio discurso.

Después de haber dado un bosquejo acerca de lo que se entiende por identidad social, será de interés retomarla y ampliar las explicaciones que se viertan sobre este tema de identidad, pero ahora a partir de una perspectiva sociológica con diversos autores expertos en la materia.

4. 2. 2 LA IDENTIDAD SOCIAL ABORDADA DESDE LA PERSPECTIVA SOCIOLÓGICA.

Gilberto Giménez ⁷ nos comenta que la globalización concebida como la uniformidad cultural es un proceso en donde se podrá dar una crisis social general de identidades. Esta afectación se resiente principalmente en los países en desarrollo con tendencias a la “modernización”. En este sentido la temática de la identidad social cobra fuerza en los años setenta iniciada por movimientos sociales que tiene por idea la reivindicación de sus tradiciones y costumbres regionales. A partir de aquí se alcanza a mirar una teoría mas amplia que será la del actor social o “el retorno del sujeto” en sociología y antropología.

Es importante aclarar que para G. Giménez la identidad social es diferente a la “personalidad” o al “carácter social” ya que estos dos últimos están en función de la mirada externa que el investigador u observador cualquiera deposita en un actor social determinado.

Para ampliar esta idea citare a Cirese:

“La identidad(...) resulta más bien de una selección operada subjetivamente. Es un reconocerse en algo...que tal vez sólo en parte coincide con lo que efectivamente uno es. No es uno lo que realmente es, sino la imagen que cada quien se da de si mismo” .⁸

Considerada en esta perspectiva Ives Barel la llamaría el “auto-reconocimiento”, “auto-reflexión”, “autoexpresión”, “el sí mismo”. En otras palabras será la subjetividad del propio sujeto la que contribuirá para la construcción de su identidad, enfrentada a las subjetividades externas de los “otros”.

⁷ Giménez Gilberto “La identidad social o el retorno del sujeto a la sociología” Revista “Versión” UAM-X 1992.

⁸ Cirese, citado en Gilberto Giménez. “La identidad social o el retorno del sujeto a la sociología”. Revista “Versión” UAM-X 1992, PP. 187

Esta confrontación se realiza a diario debido a la interacción social en la que estamos como actores sociales, provocando la transformación constante de la identidad social. Por el contrario de lo que afirmaba el psicólogo social norteamericano Eric H. Erikson en su escrito *"Identidad, Juventud y Crisis"*⁹ el cual trata de decir que la identidad es una esencia para el individuo, por lo tanto no es modificable, sino una constante "crisis de la identidad". Recordemos que Erikson esta mirando desde el evolucionismo y el biologismo.

Retomando a Moscovici¹⁰ y las representaciones sociales, comenta que las "representaciones" son campos conceptuales o sistemas de nociones y de imágenes que sirven para construir la realidad, a la vez que determinan el comportamiento de los sujetos. Estos procesos de auto-identificación consisten fundamentalmente en una de toma de conciencia de las diferencias que se presentan en formas de contrarios o binarias (hombre / mujer, blanco / negro, mi grupo / otros grupos, etc).

Estas diferencias lingüísticas y simbólicas dan paso a las actitudes de los sujetos y grupos con respecto a otros, es el caso del racismo, el machismo, el feminismos, las ideologías que de no ser tolerantes provocan la destrucción y la muerte del otro diferente a mí.

Según la sociologa italiana Loredana Sciolla (1983)¹¹ son tres las dimensiones más relevantes de la identidad: la locativa, la selectiva y la integrativa.

Dimensión locativa: el individuo se sitúa dentro de un campo simbólico, define la situación en la que se encuentra y traza las fronteras que delimitan el territorio de su mismidad,

⁹ Erickson Eric. "Identidad, juventud y crisis" "El ciclo vital epigénesis de la realidad. Ed. Paidós 1972

¹⁰ Moscovici Serge ,1973, introducción á la psicología social,vol2, parís:larousse, pp.245-265.

¹¹ Sciolla, Loredana, citada en: Gilberto Giménez. "La identidad social o el retorno del sujeto a la sociología. Revista "Versión", 1992, pp. 192.

permite al individuo establecer una diferencia entre si mismo y el otro, entre si mismo y el mundo.

Dimensión selectiva: el individuo esta en condiciones de ordenar sus preferencias y de optar por algunas alternativas descartando o diferenciando otras. Aquí se plantea que los procesos de decisión pasan a través de la identidad, el individuo ordena sus preferencias y escoge entre diferentes alternativas de acción en función de su identidad.

Dimensión integrativa: el individuo dispone de un marco interpretativo que le permite entrelazar las experiencias pasadas, presentes y futuras en la unidad de una biografía, se relaciona con el sentido de continuidad de sí mismo a través del tiempo.

Me parece importante dar la perspectiva de Talcott Parsons desde la teoría de la socialización para que más adelante hagamos referencia a los interaccionistas simbólicos como a Erving Goffman, a Turner con lo de la categorización del yo y a Blumer para poder apreciar los polos opuesto entre estas formas de concebir a la identidad.

Parsons ¹² entiende a la identidad como el sistema central de significados de una personalidad individual que orienta *normativamente* y confiere sentido a su acción. Estos significados no son construidos arbitrariamente sino son el resultado de la interiorización de valores, normas y códigos culturales altamente generalizados y compartidos, mediados por un sistema social, mediante la interiorización de un conjunto de roles *institucionalizados*, el individuo entra en comunicación con el universo cultural de los símbolos y valores, de modo que estos últimos se convierten en parte constitutiva de su identidad. De este modo la identidad *madura y normal* del individuo representa un componente estable, unitario y coherente de la personalidad individual.

¹² Parsons, T. citado en Gilberto Giménez. “La identidad social o el retorno del sujeto a la sociología” Revista “Versión”, 1992. pp. 194

Por el contrario, los interaccionistas simbólicos dirían al respecto que la identidad no se concibe como un producto estable del sistema cultural y social, sino como el resultado de procesos de negociación por las interacciones cotidianas entre los individuos.

Estos códigos y valores generalmente compartidos que sirven sólo para reglamentar la *sociabilidad* son a diferencia de Parsons, tan sólo: *"el marco dentro del cual se desarrolla la acción social y no el determinante de esta acción"* (Blumer) ¹³

Los valores comunes no constituyen modelos normativos de la acción individual, sino solo *"reglas del juego"*, son las reglas convencionales mínimas requeridas para la comunicación. Esto sería una identidad negociada, es decir el individuo se adapta a estas normas construidas socialmente para que obtenga credibilidad y aceptación social evitando el conflicto con el grupo lo que Moscovici ¹⁴ llamaría el sometimiento del individuo.

Se tendrá que hacer una distinción entre identidad personal o individual e identidad colectiva. La identidad colectiva resulta del modo en que los individuos se relacionan entre sí dentro de un grupo o de un colectivo social y la identidad personal o individual hace referencia a la subjetividad, a los pensamientos, emociones, sentimientos, siendo múltiple, variante y diversa, es decir, las formas en que cada individuo se explica el mundo a partir de estas cualidades, siendo una de las características tal vez muy sutiles o marcada de diferenciarse de cualquier otro individuo.

¹³ Blumer citado en Gilberto Giménez. "La identidad social o el retorno del sujeto a la sociología" Revista "Versión", 1992. pp.195

¹⁴ Moscovici Serge. *Psicología de las minorías activas*. Ed. Morata 1981

Para la descripción de los cambios de identidad los podremos entender desde dos formas específicas: *la transformación y la mutación* de la que nos habla George Ribel ¹⁵. *La transformación* tendrá que ver con un proceso de adaptación de las identidades colectivas a su entorno social o ecológico sin que afecte de manera radical toda la estructura del sistema. *La mutación*, en cambio, será un cambio de manera significativa en la estructura del sistema total. Esta mutación podría realizarse de dos modos: por *asimilación* y por *diferenciación*.

El esquema de Horowitz ¹⁶ nos servirá para entender los cambios que han sufrido las distintas identidades sociales según sean sus cualidades que en nuestro caso corresponderá a la de los jóvenes trabajadores en el comercio ambulante. En este esquema se podrá distinguir dos formas de asimilación: *la amalgamación y la incorporación*; y dos formas de diferenciación: *la división y la proliferación*.

La amalgamación resulta de la unión de dos o más grupos, con sus respectivas identidades, para formar un nuevo grupo con una nueva identidad no desplazando por completo las antiguas identidades, sino que se superponen a ellas. *La integración* supone la pérdida de identidad de un grupo a raíz de su absorción por otro grupo que mantiene inalterada su identidad.

La división implica, obviamente la división de un grupo que anteriormente ya tenían rasgos identitarios propios, en sus partes componentes. *La proliferación* implica la formación de uno o más grupos con identidad o identidades nuevas a partir de un grupo- madre o de dos grupos originarios que mantiene su identidad.

¹⁵ Ribel, George, citado en Gilberto Giménez. "La identidad social o el retorno del sujeto a la sociología" Revista "Versión", 1992. pp.201

¹⁶ Horowitz, D.L., "ethnic Identity.", Harvard university, 1975, pp. 115-116.

La transformación es el caso de los migrantes que desarrollan respuestas adaptativas a su nueva situación redefiniendo su identidad pero sobre la base de conservar lo esencial de la vieja identidad. En cuanto a *la mutación* de las identidades individuales, su caso prototípico es el de la conversión religiosa que supone "*la migración entre mundos religiosos*" siendo este proceso uno de los más fuertes a nivel individual ya que radicalmente debería cambiar sus comportamientos arraigados de manera importante en su forma para explicarse el mundo, así mismo, su forma de interacción con los "otros" a nivel grupal y social.

Como nos hemos dado cuenta para la formación de la identidad social se requieren y aparecen distintos elementos como son las prácticas culturales, es decir, la vestimenta, los estilos musicales, la forma particular de hablar en determinado grupo, entre otros, que van a ayudar para poder entender los significados y sentidos de alguna característica identitaria como son los símbolos con carga sociocultural de los cuales abordaremos en el siguiente apartado.

Algunas de las cosas que puede pasar con los acompañantes de personas portadoras de estos símbolos es de que la gente que los mire partan del supuesto de que *“él es lo que los otros son”* implicando una relación con el principio de cierre. Por lo tanto el área de manejo de un estigma puede entonces considerarse como algo que pertenece fundamentalmente a la vida pública, al contacto entre extraños o simples conocidos, al extremo de un continuo cuyo polo opuesto es la intimidad.

La visibilidad juega un papel importante debido a que el estigma se encuentra a la percepción de los demás, pero el estigma basado en el conocimiento puede ser demasiado evidente, sin embargo, el trato es diferente porque conocen al *“estigmatizado”*, en cambio cuando no es conocido, el problema se da en la interacción debido a la molestia que provocará el portador del símbolo a la persona que no lo tiene, entrando en juego la idea y la importancia que se tenga de este símbolo.

Según el modelo dramaturgico de Goffman ¹⁷ , los individuos actúan en la escena cambiante de la vida cotidiana tratando de presentar cada vez una imagen convincente y positiva de sí mismos según la naturaleza de la escena representada y la expectativa del “publico”. De este modo endosan diferentes mascararas que cambian al cambiar la escena. Por lo tanto, la identidad no es única sino múltiple.

Para el psicólogo social Alfredo Nateras ¹⁸ , algunos símbolos que podría mencionar son: las marcas en las manos haciendo referencia a un intento de suicidio, los ojos amoratados de una mujer, los tatuajes, la vestimenta, el tipo de corte de cabello, las perforaciones, el tinte del cabello, entre otros, a los cuales llama *“estéticas corporales”*, *“cuerpos violentados”*, estilos y fachas juveniles que van a dar información social que se transmite, es reflexiva y corporeizada.

¹⁷ Goffman Erving. Estigma e identidad social *Estigma la identidad deteriorada* . Ed. Amorrortu. 1995.

¹⁸ Nateras Alfredo. “De cuerpos violentados”, Revista de estudios sobre juventud, Nueva Epoca Año 3 #8, Ene-Jun 1999 pp.136.

Estos símbolos se expresan a través de géneros musicales, signos, iconos, (cholos, punks, darks, skinhead, bandas, entre otros). Las estéticas de violentación de los cuerpos son una expresión de culturas emergentes alternas urbano-juveniles, de determinados jóvenes. La mayoría de las estéticas juveniles son agresivas, interpelan al otro, aunque esto no conlleva a sostener que los jóvenes por tales estéticas, sean violentos en sí mismo o por el hecho de ser jóvenes.

En la ciudad de México, a principios de los ochenta, predominó la estética y el estilo juvenil de lo punk, siendo ellos y ellas quienes iniciaron abiertamente la puesta en escena de los cuerpos en el espacio de lo público, perforándose con seguros en mejillas, labios, cejas y tatuajes. A través de ciertas imágenes y atmósferas construidas por la música se encuentran referencias a una urbe caótica, a la violencia como un estado de ánimo colectivo del desencanto y la expropiación de futuro en una gran parte de los jóvenes de esta ciudad.

Para entender aun más estos procesos por los que atraviesan los y las jóvenes comerciantes ambulantes, será necesario hacer uso de algunos conceptos y teorías que se ubican en el ámbito de la psicología social, con el objeto de profundizar más sobre esta temática de la identidad. Para esto recurriré a el siguiente subtema correspondiente a la teoría de la categorización del "yo", la cual nos dará una explicación de cómo el sujeto pasa por la diferenciación grupal, identificación grupal y personal.

4. 2. 4 LA TEORÍA DE LA CATEGORIZACIÓN DEL YO: EL AUTOCONCEPTO SOCIAL Y EL ENDOGRUPO – EXOGRUPO.

Con respecto a Turner, J. ¹⁹ el autoconcepto es el componente cognitivo del sistema o proceso psicológico que denominamos “yo”. El individuo posee múltiples conceptos del yo debido a que estas representaciones cognitivas adoptan la forma de categorización del yo, es decir, agrupamientos cognitivos de uno mismo y de cierta clase de estímulos como iguales frente a otra clase de estímulos. Hay tres niveles de abstracción de categorización del yo importantes para el autoconcepto social.

- a) *Nivel superordenado* basado en la propia identidad como ser humano.
- b) *Nivel intermedio endogrupo-exogrupo*, basadas en semejanzas y diferencias sociales entre miembros de determinados grupos.
- c) *El nivel subordinado* basadas en diferencias entre uno mismo como individuo único y otros miembros del propio grupo que le definen a uno mismo como persona individual.

Las categorizaciones del yo suelen formarse y adquirir a través de las comparaciones de estímulos, es por eso que las dos (categorización y comparación) depende necesariamente una de otra. La autopercepción social tiende a variar a lo largo de un continuo que va desde la percepción del yo como persona única hasta la percepción del yo como categoría endogrupal. En el punto medio de este continuo el individuo se define como diferente (en parte) de los miembros del endogrupo. Las categorizaciones personales del yo y las categorizaciones endogrupo-exogrupo, no se excluyen, al contrario, tienden a operar de forma simultánea la mayor parte del tiempo. Los factores que realzan a las categorizaciones endogrupo-exogrupo tienden a incrementar la identidad percibida entre el yo y los miembros del endogrupo y, por lo tanto, a despersonalizar la percepción del yo individual en las dimensiones que definen la pertenencia al endogrupo.

¹⁹ Turner J. *Redescubrir el grupo social*. “una teoría de la categorización del yo”. Ed. Morata. Madrid España 1990.

Por despersonalización entenderemos el proceso de estereotipación del yo mediante el que las personas se perciben a si mismas más como ejemplares intercambiables de una categoría social que como personalidades únicas definidas por sus diferencias individuales en relación con los otros. Esta despersonalización es el proceso básico que subyace a los fenómenos de grupo: *estereotipo y cohesión*, definiéndola como la atracción mutua entre los miembros del endogrupo en función de la semejanza, *etnocentrismo* entendido como la evaluación endogrupal positiva del grupo como un todo por parte de sus miembros cuando es comparada con el exogrupo, *cooperación, altruismo, contagio, empatía, acción, normas, procesos de influencia*, etc. La despersonalización no consiste en la pérdida de la identidad individual, ni la pérdida o sumersión del yo en el grupo, ni un tipo de regresión a una forma de identidad mas primitiva o inconsciente; representa un mecanismo según el cual los individuos pueden actuar desde las semejanzas y las diferencias sociales producidas por el desarrollo histórico de la sociedad y la cultura humana.

La formación del grupo psicológico se produce en la medida en que dos o más personas se perciben y definen a sí mismas recurriendo a alguna categorización compartida endogrupo-exogrupo, esto se logra en la medida en que las diferencias percibidas entre ellos, desde el punto de vista subjetivo, son menores que las percibidas entre ellos mismos y el resto de las personas presentes en dicho entorno.

La teoría de la categorización del yo no ha aportado muchas ideas específicas propias sobre la interiorización de las categorizaciones prefiguradas endogrupo-exogrupo, esto puede considerarse como un problema de cambio de actitudes. Aparece una teoría la cual ha sido llamada de la independencia que consiste en que los miembros del grupo se mostraran más unidos en la medida en que la pertenencia al grupo se asocie con recompensas y menos unidos en cuanto suponga costes o privaciones.

Al comparar a personas del exogrupo, suelen resultar menos atractivas, en la medida en que son relativamente prototípicas de una categoría exogrupal, valorada de modo negativo.

Las persona son atraídas con mayor fuerza por los miembros del propio grupo que se perciben como mejores que sus iguales de alguna forma relevante o importante para el grupo en rasgos valiosos de personalidad, en éxito relativo, en corrección o competencia en alguna tarea o actividad del grupo.

Lo que hace más probable el aumento de la cooperación son, la semejanza, el destino común, la proximidad, la interacción social, la competición intergrupala, la distancia social reducida y demás caracteres similares. La conducta del grupo es desde el punto de vista psicológico, diferente de las relaciones interpersonales, esta categorización del yo contribuye a la comprensión de las bases psicológico sociales de la conducta de grupo, considera la identificación intragrupal como un proceso adaptativo socio-cognitivo que hace posibles las relaciones prosociales como la cohesión social, la cooperación y la influencia.

4.3 VIOLENCIA.

4. 3. 1 DEFINICIONES

Etimológicamente, violencia proviene de fuerza y poder. Con este criterio, toda violencia implica un ejercicio del poder y toda manifestación de poder es violenta. La violencia es el abuso de cualquier forma de fuerza dirigida a sujetos, grupos o sociedades, con el fin de someterlos para obtener de ellos lo que de otra manera no podría ser obtenido, es decir, considero que el abuso de la fuerza como medio y el sometimiento como fin son definitorios de la violencia.

La violencia puede ser justa o injusta, legítima o ilegítima, encubierta o abierta, estructural o individual. Para Jaime Álvarez Ramos ²⁰ el análisis de la violencia es fácil distinguirlo en dos tendencias:

1.- La violencia manifiesta. Se caracteriza por una acción abierta, observable y destructiva, en la que se identifican fácilmente los actores del fenómeno y se pueden ver, sentir y mediar sus consecuencias.

2.- La violencia estructural. Se caracteriza por manifestarse como producto de las relaciones estructurales de la sociedad y se distingue porque sus consecuencias no se pueden atribuir a un actor específico, concreto, ni tampoco pueden deslindarse fácilmente las causas que la producen.

Esta violencia está presente, rigiendo la vida social y sin embargo en muchos casos no puede ser observable e inclusive se hace uso de la manipulación para evitar que se haga manifiesta o se tome conciencia de ella.

²⁰ Álvarez R. Jaime. "Tiempos de Violencia" área de investigación. subjetividad y procesos sociales. UAM-X. 1996.

VIOLENCIA VERBAL

Existe otro tipo de violencia, me refiero a la violencia verbal, la cual implica asumir que hay un ámbito del lenguaje que consideramos como *"correcto"*, siendo violentado al transgredir la reglas y el límite de lo permitido que sostienen dicha corrección; esto es la violencia verbal. Los lenguajes marginales como el calo, se sitúan en la violencia verbal ya que son tomados como un lenguaje irreverente (populachero) que se opone a un uso culto de la lengua que fue impuesta por las clases poderosas.

El tema de las *"malas"* palabras esta en relación directa con el límite entre lo bueno y lo malo en la praxis humana, lo *"grosero"* esta asociado con la falta de respeto, cortesía o atención, de manera que aquel que utilice groserías automáticamente se considera como una persona descortés, irreverente e incluso obscena, incluye actitudes *"groseras"* que serían todas aquellas que contravienen las normas de urbanidad, tales como no saludar, no despedirse, etc. Típicos transgresores de la normatividad social son los jóvenes comerciantes ambulantes y los grupos juveniles, quienes son acusados de usar un lenguaje vulgar y agresivo que contraviene el buen uso del lenguaje. La presión social alcanza su máximo nivel en la escuela, donde el uso del argot esta estrictamente prohibido y es severamente castigado, por esta razón los estudiantes deben realizar cambios de código, entonces , el argot se convierte en un lenguaje *"clandestino"*.

VIOLENCIA FÍSICA

La violencia física se puede manifestar cuando se dan empujones, tirones de cabello, rasguños, cachetadas y patadas con la posibilidad de subir el nivel de violencia hasta llegar a provocar ataques con objetos o armas lo que en el peor de los casos puede ocasionar la muerte o lesiones de gravedad.

Después de haber comentado los diferentes tipos de violencia que manejan en este estudio, por la razón de que son las más visibles dentro del comercio ambulante, aunque no quiero decir con esto que sean las únicas; las vincularé de manera directa con la juventud que es la población que tengo por objetivo estudiar, además, de ser ellos y ellas los que habitualmente la sufren o la ejercen no solamente en esta actividad del ambulante sino en otro tipo de adscripciones identitarias, teniendo patrones semejantes que estimulan la aparición de las diferentes violencias.

4 . 3. 2 VIOLENCIA Y JUVENTUD

De muchas maneras las comunidades han denominado a los grupos de jóvenes y adolescentes calificados en "*riesgo social*" por sus actitudes, costumbres y situación de vida. Esos nombres varían según la nacionalidad: pandillas, barras, huelgas, chapulines, gamberros, hooligan, etc. Pero tienen en común dos cosas: por un lado la preocupación y la alarma social que provocan y, por otro, la falta de distinción entre lo que constituye una actividad delictiva propiamente dicha y un comportamiento simplemente "*desviado*" según los parámetros construidos socialmente como son las costumbres y las tradiciones, o lo que es peor, "*desviado*" por los condicionamientos socioeconómicos en que se encuentran y la ausencia de una familia. Es así como se plantea la necesidad de organizar grupos paramilitares, compuestos por miembros de las fuerzas armadas, policías, grupos privados de vigilancia, grupos de comerciantes que son utilizados muchas veces como grupos de choque o desordenadores sociales entre otros ciudadanos, dedicados a actuar en forma clandestina, con el fin de aplicar ajusticiamientos sobre aquellos jóvenes a quienes el grupo "*juzga*" como personas indeseables para la sociedad.

Según Marta Pascual ²¹ , titular del Consejo Provincial del Menor.

"La violencia no es patrimonio de las clases sociales bajas. Hoy, los adolescentes tienen cortado el diálogo y la posibilidad de expresarse con los adultos, y lo hacen a través de la violencia" (Pascual, 1999: 15)

En ese sentido, sostuvo que:

"los chicos vienen con mucha violencia contra sí mismos y contra los demás. La escalada de violencia juvenil tiene que ver con que las familias, la escuela y las instituciones barriales, que fueron las transmisoras de valores, hoy están ausentes, no cumplen ese rol trascendente". (Pascual, 1999:16)

²¹ Las anteriores citas fueron extraídas de una investigación publicada en el seminario Brecha de Costa Rica en 1999.

Las instituciones que antes contenían a los jóvenes han desaparecido y la única contención la dan los grupos de pertenencia, como las barras de la esquina agregando que los jóvenes tienen otra escala de valores respecto de la vida.

Las causas de la violencia de los jóvenes que no solo es de ellos se relaciona con un modelo de vida, de sociedad y con una forma de expresarse que no pasa por palabras, gestos o comunicación interpersonal.

No es cuestión de represión o poner más policías, sino que todo pasa por la prevención y por otorgar espacios a los jóvenes acudiendo a las calles donde puedan canalizar en forma positiva sus valores, sus habilidades y condiciones naturales.

Entre los jóvenes rige también una violencia menos visible que genera igualmente coacción, miedo y sufrimiento, conduciendo a un estilo de relación basado en el dominio, la fuerza y la agresividad, valores muy poco edificantes para personas que se encuentran en pleno proceso de formación y de crecimiento como seres humanos y entes sociales.

Lo más fácil es endosar la culpa de estos comportamientos inexplicables a la influencia de la TV, los comics, cierta música y el cine, por la exaltación con que en ocasiones abordan la agresividad y la violencia. Pero no podemos conformarnos con esta simplista reducción del problema. La violencia (psicológica o física) aparece como el medio más rápido para conseguir lo que nos proponemos. Nadie está libre de reacciones primitivas, de carácter agresivo, para defender el territorio propio, pero cuando se producen de forma reiterada, terminan formando una conducta.

Las actitudes violentas, prenden muy bien en una sociedad competitiva que predica soluciones individualistas y que olvida promocionar la dimensión social de las personas. Es quizá por esta razón que las conductas violentas en los jóvenes podrían interpretarse como la consecuencia de la preponderancia de lo individual ante el interés común.

Desde una perspectiva psicológica, se explican las conductas violentas independientemente del momento social en que se producen, recurriendo a lo más íntimo del ser humano. Las travesuras se cometen junto a un grupo de amigos y se actúa espontáneamente. Quien transgrede la norma se siente importante y admirado por sus amigos y el acto mismo resulta estimulante. Sabe el joven que sus padres no lo aprobarán, pero eso sólo añade un poco de emoción, lo que importa es la aprobación de los amigos, esa es la recompensa y merece la pena asumir el riesgo del castigo. Los casos leves de vandalismo y violencia forman parte del desarrollo normal de niños y jóvenes, provienen de su necesidad de sentirse independiente, rebelde o parte de un grupo.

Muchos jóvenes que crecen en ambientes en los que sienten que no valen mucho y pueden (por la excesiva tolerancia familiar) hacer casi cualquier cosa que le pida su grupo. La necesidad de aceptación por el grupo puede inducir a un comportamiento antisocial, especialmente en la adolescencia: en medio de la desorientación, sentirse parte del grupo.

El rebelde sin causa no existe, detrás de su comportamiento se esconde la necesidad de expresar sentimientos: está incómodo, se golpea alocadamente con una vida que para otros resulta llevadera cuando no dichosa y emite desesperadamente señales para que le ayuden o lo atiendan.

Para Francisco A. Fernández ²² primero habría que saber con detalle los antecedentes personales, familiares y sociales diciendo lo siguiente:

"Algunas condiciones culturales pueden ser propiciadoras de riesgo en cuanto a la estructuración psicológica de los adolescentes: la sobrecarga televisiva en ciertos grupos generacionales con cientos de miles de conductas agresivas que han presenciado, muchas veces con una indiferencia emocional y otras con ciertas identificaciones con el héroe o el provocador" (Fernández, 1999:5).

²² Presidente de la Asociación Europea de psiquiatría social. 1999.

Es por esto que la exposición a la violencia y a los acontecimientos traumáticos tienen efectos moderados en los comportamientos agresivos y son una de las causas de la violencia juvenil. Aunque el psicólogo social Alfredo Nateras ²³ comenta que esta idea de Francisco A. Fernández es discutible, debido a que *“los medios de comunicación no son los creadores de la violencia, sino que hacen de la violencia un espectáculo”*

Los problemas de desarraigo, de confrontación, de delincuencia y las conductas violentas de los jóvenes han aumentado en las dos últimas décadas. En el origen de muchas de estas actitudes hay problemas de índole familiar, disfuncionalidad, desintegración, climas intensos de agresión, intolerancia, autoritarismo, falta de respeto, de afecto, etc. Pero no se debe cargar todo a la familia. También debe tenerse en cuenta el tipo de inserción social, la resistencia a las experiencias juveniles y cómo la racionalidad de los modelos dominantes inciden, afectan y condicionan a la familia.

La violencia que afecta y se expresa entre los jóvenes, tiene una perspectiva de género que se muestra en prácticas sociales concretas. El género sufre -junto a otras variables- discriminación, desigualdad, dominación e injusticia en las relaciones sociales; situaciones que afectan directamente a la mujer, siendo en algunos casos una matriz causal de violencia que puede afectar al sistema social en su conjunto.

Los jóvenes, en especial los varones, se ven primariamente involucrados en los conflictos armados, en los desajustes sociales de carácter grupal como las bandas y en delitos enmarcados en la pobreza y desocupación laboral. Son los jóvenes los principales agentes y víctimas de la violencia homicida.

La falta de espacios de expresión, la intolerancia e incompreensión de los adultos, la marginación, la represión, la falta de respeto por los modos de construcción de proyectos vitales propios, la ausencia de criterios en el imaginario de la sociedad adulta para entender las iniciativas juveniles, en fin, la falta de oportunidades y la pobreza están en el origen de una desafección que lleva a la incomunicación y a la violencia.

A la desatención educativa que afecta a los jóvenes, se suman a otros factores que igualmente los perjudican y cuyo crecimiento es visible en las dos últimas décadas en la región: empeoramiento de la situación socioeconómica, agravamiento del tráfico y el consumo de drogas, uso sin control del alcohol como patrón de costumbres entre los niños y los jóvenes, reclutamiento de adolescentes y niños por bandas que controlan el negocio del narcotráfico, es visible su desconcierto la sensación de abandono, de incompreensión y soledad. Ya no tiene moratoria para aprender y experimentar.

Si el futuro es siempre incierto, esa percepción es mayor en él. Algunas manifestaciones de reclamo expresan descontrol, cólera, furia grupal, pero hay también exigencias para que las políticas recuperen dimensión humana, el respeto a la pluralidad y al valor de la tolerancia. Los movimientos juveniles apuestan fundamentalmente por el reconocimiento a los derechos de los jóvenes, el respeto de su identidad y a combatir la exclusión y la desigualdad.

Hay que denunciar las lógicas autoritarias que tienden a estigmatizar al joven. Las propagandas que aterrorizan exagerando la presencia de pandillas, bandas, etc. Buscando crear las condiciones para políticas duras de control social. No se trata de ignorar la existencia de estos grupos y deben buscarse los modos apropiados para reconducirlos, hay que rechazar la pretensión de reducir el mundo juvenil y su cultura a visiones negativas exageradas.

Cuando se le refiere al joven regularmente se le hace aparecer con el perfil de delincuente productor de violencia o de comportamientos delictivos en función de la edad, el nivel socioeconómico y la baja escolaridad, pero siendo el victimario es en el fondo una victima de las condiciones sociales.

²³ Entrevista tomada del programa "Cultura en línea" transmitido en el canal 22 el día 16 de mayo de 2002.

Existe una formula la cual se integra de la siguiente manera:

Violencia → criminalidad = joven criminal.

La violencia se interioriza en cada uno de los habitantes de la urbe, como la espera de lo inminente, la resignación ante la carga de hechos injustos e irresponsables que impone la ciudad. Tenemos que considerar la idea de uso, apropiación de espacios urbanos tanto públicos como privados. Piénsese en un momento en aquellos lugares o entornos que son usados por ciertos sectores de jóvenes, simultáneamente, donde concurren, encuentran y reencuentran la diversidad de estéticas corporales y estilos juveniles que *“violentan la mirada”*.

Los grupos de jóvenes adscritos a ideologías políticas duras, son los que ejercen activamente la violencia y básicamente son aquellos miembros de organizaciones de ultraderecha que conforman los grupos de ultras deportivos o *“porros”*. Las adscripciones de identidad recrudescen la diferencia con el otro u lo otro. Es decir, los otros como minorías étnicas y culturales son los extraños amenazantes y por lo tanto los enemigos a combatir y desaparecer.

Las alternativas para los jóvenes son limitadas: la huida ya sea en la indiferencia o en la negación de la realidad instituida, la evasión a través de las drogas, el ataque o la violencia manifestándose haciendo uso de la delincuencia o el sometimiento adaptativo y cínico a las estructuras deformantes de la sociedad por el terror a la pérdida de amor y al castigo. Las instituciones fracasan en la socialización al no ofrecer valores y códigos creíbles y posibles con los cuales orientar su existencia, *“la banda”* en su reemplazo, por el contrario, ofrece códigos, pautas identificatorias, la calle, los lugares de encuentro, proyectos de acción, emociones fuertes frente a un mundo incierto.

Es necesario crear ámbitos de reflexión donde el joven pueda expresar sus sentimientos frente a la violencia social, comprender la situación del joven como sujeto social y no como individuo aislado culpable y responsable absoluto de sus acciones. Acabar con la idea de la identidad negativa estigmatizante del oprimido, el delincuente o el joven drogadicto, donde se depositan las frustraciones, rencores y desesperanzas de una sociedad perturbada. Evitar caer en una psicobiología o neurobiología de la violencia que pretenda reparar el cuerpo social a partir del castigo y el encierro. La solución y la responsabilidad nos concierne a todos.

El tratamiento informativo que se hace de la nota roja cuando se habla de los jóvenes esta lleno de calificaciones y estigmatizaciones. En los medios de comunicación ser joven equivale a ser *“peligroso, drogadicto, violento, vago, ladrón, mal viviente y asesino”*. También recurren a las descripciones de ciertos rasgos raciales como son el cabello largo, aspecto de rockero, cholo, entre otras. Esto con la intención de generar una opinión publica y con estos mecanismos justificar la violencia policiaca, así como la violación a los derechos humanos. De ahí que el saldo de los acontecimientos de violencia en donde participan jóvenes y policías, arroje *“muertos malos”* y *“muertos buenos”* convirtiéndose estos hechos en *“normales y naturales”*. Con todo lo anterior se refuerza un imaginario que atribuye a la juventud el rol del *“enemigo”*, además, de responsable directo de la inseguridad en las ciudades, favoreciendo el clima de hostigamiento y represión por todos los medios contra ellos.

Siguiendo con el anterior comentario, tratare de exponer cuales son algunos de los posibles reforzadores de la violencia dirigida hacia los jóvenes y aplicada la mayor de las veces por los diferentes grupos policiacos con ayuda de los medios masivos de comunicación principalmente la TV. y los medios escritos ya sea periódicos, revistas o cualquier otro espacio en donde se pueda generar una imagen a la cual estigmatizar y destruir.

4. 3. 3 FACTORES QUE REFUERZAN LA VIOLENCIA .

La sociedad de consumo con sus valores exclusivamente mercantilista estimula el deseo de posesión, la competencia, la búsqueda fácil de los recursos a través del robo y el crimen. La publicidad no estimula la demanda sino la violencia al mostrar que *“quien no tiene, no es”*. Esta violencia que se observa esta presente en tal realidad produciendo un cambio actitudinal. La violencia excluye valores como la igualdad, la libertad, la tolerancia, el respeto a la dignidad y a la autonomía, es por ello negativa.

Lo que posiblemente este fallando son los valores que sustentan el intercambio, el respeto, el reconocimiento al otro. La degradación de los valores y de los lazos humanos puede conducir a desear el aniquilamiento del otro, el castigo indiscriminado o la pena de muerte, la ausencia de dialogo con el otro y el aislamiento, anula la capacidad de moderar estas tendencias irracionales que buscan una solución rápida. El estado por su parte asume el rol protector de una población indefensa y debilitada en sus acciones colectivas, recurriendo a las fuerzas armadas que aparecen como *“garantía”* del restablecimiento de una *“armonía social”* dañada en sus fundamentos, es decir, en sus valores. El crimen no se suprime matando al criminal.

Si desde el psicoanálisis afirmamos que la negación y el silencio son cómplices de la pulsión de muerte, el dejar hacer lleva a la repetición naturalizada de la violencia, el olvido enajena la identidad del sujeto y su historia.

En el terreno de la ficción, tanto en el cine como en la televisión, la violencia encuentra un terreno fértil para manifestarse y expandirse, nos muestran historias donde justifican la aplicación de la justicia por la propia mano, de esta manera los públicos se hacen *“cómplices”* a tal extremo de querer para *“el malo”* la peor de las muertes dando a conocer la ineficiencia de las instituciones que supuestamente deberían impartir la justicia.

Los personajes “malos” por lo regular son de grupos sociales que sufren discriminación como son los negros, los latinos, los jóvenes, los homosexuales o los pobres. Mediante estos mecanismos el “otro” queda satanizado en la figura del “extraño” y del extranjero que no tiene que ver aquí con la nacionalidad de origen.

Pero también la violencia es ejercida a partir de la condición de género al que se pertenezca, manifestándola con la discriminación, la humillación, el sometimiento a las normas socioculturales, etc. siendo precisamente el tema que me ocupara en el siguiente apartado, ya que es de suma relevancia la categoría de género dentro del proceso de la identidad, porque ahí es donde aparecen practicas construidas socialmente que determinaran muchas de las acciones, actitudes y comportamientos tanto para el hombre como para la mujer.

4. 4 GÉNERO

4. 4. 1 DEFINICION Y UTILIZACIÓN DEL CONCEPTO.

Con respecto a nuestra investigación sobre la construcción de la identidad en los jóvenes trabajadores del comercio ambulante es importante tomar en cuenta la categoría de género para poder dar una posible respuesta la cual tenga que ver con las diferencias y similitudes que tiene los hombres y las mujeres que pertenecen a este sector de la población. Para comenzar con este capítulo será indispensable conocer lo que se entiende por “género”, el cual fue utilizado a partir de los años setenta principalmente en el área de las ciencias sociales usándose básicamente como sinónimo de sexo.

En la antropología que entre otras cuestiones estudia cómo la cultura expresa las diferencias entre hombres y mujeres sitúa los papeles que juega cada uno de ellos dentro de las instituciones sociales, económicas, políticas y religiosas, así como las expectativas que se tiene de cada uno. Scott ²⁴ señala que:

“Género es un elemento constitutivo de las relaciones sociales basadas en las diferencias que se distinguen los sexos y el género es una forma primaria de relaciones significantes de poder”.

Scott distingue y señala cuatro elementos principales:

1. *Los símbolos y los mitos* culturalmente disponibles que evocan representaciones múltiples.

²⁴ Joan W. Scott. En traducción *El género: una categoría útil para el análisis histórico*. American Historical Review 91.

2. *Los conceptos normativos* que manifiestan las interpretaciones de los significados de los símbolos. Estos conceptos se expresan en doctrinas religiosas, educativas, científicas, legales y políticas que afirman categóricamente y unívocamente el significado de varón y mujer, masculino y femenino.

3. *Las instituciones y organizaciones sociales de relaciones de género*: el sistema de parentesco, la familia, el mercado de trabajo segregado por sexos, las instituciones educativas, la política.

4. *La identidad*. Destacan los análisis individuales (biografías) También hay posibilidad de tratamientos colectivos que estudien la construcción de la identidad genérica en grupos.

Para entender un poco más sobre esta temática, voy a comentar sobre algunas situaciones referidas al género a partir de la vida cotidiana en una sociedad donde se aprecia un patriarcado como es el caso de nuestra cultura, reflejada en las prácticas socioculturales ejercidas por los respectivos géneros.

4. 4. 2 SITUACIONES DE GÉNERO EN LA VIDA COTIDIANA.

El matrimonio y la familia funcionaban gracias a la presencia de una serie de vínculos de apoyo mutuo tanto económico como afectivos, en los que la capacidad del hombre para el trabajo público que es el espacio del reconocimiento, de lo que es socialmente valorado, productivo o gerencial, se complementaba con la habilidad de la mujer para manejar los aspectos expresivos de la vida familiar y la crianza de los hijos. De igual manera las economías capitalistas desarrollan divisiones sexuales del trabajo. Lo anterior no se ve fuertemente comprobado dentro del comercio ambulante, y es una de las razones por las que me intereso conocer las características tienen tanto los espacios como la gente que participa en esta actividad.

Las divisiones no solo se dan en el campo laboral sino también en la formación académica como en el caso de las mujeres. Se puede notar en las profesiones de prestación de servicios como la enseñanza, la enfermería, el trabajo social, entre otras. Y las de mayor prestigio son las destinadas para el hombre como son la ingeniería, el derecho, la investigación científica, etc. En el terreno de la economía lleva otra desventaja más la mujer ya que se le paga menos que al hombre en la mayoría de los centros de trabajo.

Hemos podido observar que en la mayor parte de la historia se ha dado la presencia de un patriarcado siendo un sistema de pactos interclasistas entre los varones por el cual se constituye el colectivo de estos como género-sexo tomando conciencia de su poder como grupo y reconociéndose como iguales a través de los pactos manteniendo alejada del poder a la mujer.

Las valoraciones sociales están jerarquizadas porque están jerarquizados los géneros, si el trabajo de las mujeres no es considerado socialmente relevante es porque las mujeres no constituyen un colectivo valorado por la sociedad.

El género se forma con el conjunto de normas y prescripciones que dictan la sociedad y la cultura sobre el comportamiento femenino o masculino, aunque hay variantes de acuerdo con la cultura, la clase social, el grupo étnico, sosteniendo una división básica que corresponde a la división sexual del trabajo más primitiva: las mujeres paren a los hijos y por lo tanto, los cuidan, es decir, lo femenino es lo maternal, lo doméstico, lo privado, contrapuesto con lo masculino siendo para este lo público.

Socioculturalmente se ha dividido a los varones por su estatus ya sea como guerrero, cazador, jefe, etc. Mientras que para las mujeres se ha dividido por su relación con los hombres: esposa de, hija de, hermana de, etc.

El cuerpo es la primera evidencia incontrovertible de la diferencia humana, siendo este hecho biológico, con toda la carga libidinal que conlleva materia básica de la cultura. Esta simbolización cultural de la diferencia anatómica toma forma en un conjunto de prácticas, ideas, discursos y representaciones sociales que dan atribuciones a la conducta objetiva y subjetiva de las personas en función de su sexo.

En el siguiente apartado profundizaremos acerca del género, pero abordándolo desde lo que concierne solo a la mujer, así mismo se presentan las condiciones y discusiones por las que han venido pasando en cuanto a la interacción con el sexo opuesto.

4. 4. 3 LA MUJER DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO.

En algunas sociedades como es la de México, aparecen mujeres que trabajan fuera del hogar desempeñando diversas actividades remuneradas como es la opción del comercio ambulante en el centro histórico de esta ciudad compaginándola con el de ama de casa, dándose la doble jornada como se le ha llamado.

A la mujer regularmente se le ha identificado con la afectividad, la corporeidad, los sentimientos, la no violencia, la dulzura, la belleza, la sexualidad, la tierna, la difusa, la receptiva, por el discurso construido por el hombre y no el de ella misma, es decir, de la subjetividad que es el compromiso individual con las practicas, los discursos y las instituciones con los cuales interactúa y le dan significado a los hechos con los que esta en contacto.

Se han dado expresiones de tipo biológico la cuales mencionan que las mujeres son *"inferiores"* al hombre debido a que tiene el cerebro de menor tamaño que el masculino y se habla de su constitución física *"débil"* siendo lo contrario de la del hombre. Respondiendo a estos comentarios la antropóloga Marta Lamas²⁵ dice:

"La predisposición biológica no es suficiente por sí misma para provocar un comportamiento...siendo la posición de la mujer una cuestión determinada culturalmente y no biológicamente".

La institución social como es la iglesia ha tenido que ver con la concepción que se tiene de lo que *"debería ser"* la mujer, tanto el judaísmo como el cristianismo coinciden en sostener la inferioridad natural de lo femenino con respecto a lo masculino, las doctrinas cristianas acentúan la relación entre lo femenino y el mal asociada al cuerpo y al deseo, representa aquello contra lo que debe luchar quien pretenda integrarse con Dios.

²⁵ Lamas M. "La antropología feminista y la categoría género"

Se percibe a lo femenino como una fuerza sometida al principio masculino al que le sirve en la creación y en la reproducción del espacio privado. Esta concepción de lo femenino esta determinada por las figuras contrastantes de Eva y de María. La mujer real, de carne y hueso, esta simbolizada en el cristianismo por Eva quien ha sido representada como un ser ambicioso, curioso, débil y perverso. Según el mito de Adán y Eva cuenta que el diablo decide tentar a Eva porque sabe que es más susceptible que Adán de caer en la tentación, es decir, tiene mayor tendencia al mal. Uno de los fragmentos de la iglesia dice:

“No consiento que la mujer enseñe ni domine al marido, sino que se mantenga en silencio, pues el primer formado fue Adán, después Eva. Y no fue Adán el seducido, sino Eva, que, seducida, incurrió en la transgresión. Se salvara por la crianza de los hijos si permanece en la fe, en la claridad y en la castidad, acompañada de la modestia. (I Tim. 2,12-15)

La virgen es una figura central de la teología católica expresando todas las cualidades que se esperan de la feminidad buscando la castidad absoluta, ser humildes, obedientes y ocultando su cuerpo. La mujer ha sido llamada a reproducir la especie, su función humana y social es la de ser madres y esposas esto es, vivir para los demás, encontrar su realización y el sentido de su existencia en la vida de los otros. Esta figura de la mujer como madre solo aparece después del pecado original como resultado del castigo impuesto por dios a la pareja pecadora.

Cuando la iglesia católica se refiere a la mujer, prefiere hablar de Maria que de Eva, es decir, hablar de lo que siempre ha considerado el modelo antes que de la realidad de la mujer. En el año 1400 y hasta el final del siglo XVII la asociación entre mujeres y brujería se origina en la misma ambivalencia simbólica de lo femenino. Las mujeres son despreciadas pero aceptadas si se subordinan; temidas y perseguidas si dan muestras de autonomía, una mujer sabia y/o independiente representaba un peligro para las fuerzas de la cultura y las brujas tienen ambas características.

La imagen de la mujer en occidente deja de ser básicamente *“peligrosa”*, se transforma simplemente en inferior, durante los siglos XVIII y XIX, las mujeres de la burguesía europea responden a un *“ideal”* muy peculiar, se les piensa frívolas pero delicadas, tontas pero encantadoras, bonitas pero inofensivas. A partir de la revolución francesa las mujeres retoman las banderas ideológicas de la igualdad, comienza a producirse a nivel de las instituciones otra profunda revolución en los valores sociales sobre la relación entre géneros, afectando a las iglesias cristianas.

Cuando se comenta sobre el género muchas de las veces se piensa que esto solo corresponde a la mujer, sin embargo, esta temática también tiene relación con el género masculino que a continuación será tratado en el siguiente apartado.

4. 4. 4 EL HOMBRE DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO.

Cuando hablamos de género no solamente me refiero a las mujeres, este concepto involucra también a la masculinidad de la cual abordaré en las siguientes reflexiones.

Parece ser que la masculinidad existe solo en contraste con la feminidad. Definir la masculinidad como lo que los hombres y mujeres empíricamente son, es tener en mente el uso por el cual llamamos a algunas mujeres masculinas y algunos hombres femeninos, o algunas acciones o actitudes masculinas o femeninas sin considerar a quienes las realizan.

R.W. Connell ²⁶ reconoce más de un tipo de masculinidad y analiza las relaciones entre ellas como son la hegemonía, la subordinación, la complicidad y la marginación.

La masculinidad hegemónica se puede definir como la configuración de practica genérica que encarna la respuesta corrientemente aceptada al problema de la legitimidad del patriarcado, la que garantiza la posición dominante de los hombres y la subordinación de las mujeres. La hegemonía es probable que se establezca sólo si hay alguna correspondencia entre el ideal cultural y el poder institucional.

Así los niveles más altos del mundo empresarial, militar y gubernamental entregan un despliegue corporativo bastante convincente de masculinidad, muy poco cuestionado por las mujeres feministas o por los hombres disidentes.

La masculinidad gay es la masculinidad *subordinada* más evidente, pero no la única. Algunos hombres y muchachos heterosexuales también son expulsados del circulo de legitimidad. El proceso esta marcado por un rico vocabulario denigrante: mariquita, cobarde, amanerado, entre otros.

²⁶ R.W.Connell, "La organización social de la masculinidad", ediciones de las mujeres No. 24, 1997.

Las definiciones normativas de masculinidad y su complicidad enfrentan el problema de que no muchos hombres realmente cumplen dichos modelos normativos, el número de hombres que rigurosamente practica los patrones hegemónicos en su totalidad parecería ser reducido, los registros de masculinidad se han preocupado por los síndromes y tipos, pero no por las cifras, al pensar sobre las dinámicas de la sociedad como un todo, las cifras sí importan, la política sexual es política de masas.

La marginación en las masculinidades negras juegan roles simbólicos para la construcción blanca de género. Por ejemplo, las estrellas negras deportivas llegan a ser ejemplares de rudeza masculina, mientras la figura de fantasía de los violadores negros desempeñan un rol importante en la política sexual entre los blancos.

Las políticas de masculinidad no se pueden preocupar solo de interrogantes sobre la vida personal y la identidad, también deben poner atención a los asuntos de justicia social.

El género dominante es el que sostiene y usa los medios de violencia, los hombres están armados muchísimo más a menudo que las mujeres, incluso, bajo algunos regímenes de género se ha prohibido a las mujeres portar o usar armas. Muchos miembros del grupo masculino usan la violencia para sostener su dominación, la intimidación a las mujeres se produce desde el silbido de admiración en la calle, el acoso en la oficina, a la violación y al ataque doméstico llegando hasta el asesinato por el dueño del patriarcal de la mujer. La violencia llega a ser importante en la política de género entre los hombres, la mayoría de los episodios de intensa violencia considerando los combates militares, homicidios y asaltos armados son transacciones entre hombres.

Para Victor J. Seidler ²⁷ como varones se supone que somos independientes y autosuficientes, no tenemos necesidades emocionales propias porque hemos aprendido a considerarlas señales de debilidad. Solamente los “*otros*” tienen esas necesidades y demuestran que son inferiores. Siempre tenemos que estar listos para demostrar nuestra hombría cada vez que sea cuestionada. A cierto nivel, las emociones no son “*nuestras*” en el sentido de que están afuera del marco del yo racional. Gran parte de los varones heterosexuales han aprendido a desear sexo sin contacto ni involucramiento emocional ya que existe un temor que esta ligado con la posibilidad de volverse vulnerables. Se ha pensado que las mujeres se identifican con sus cuerpos y, por tanto, con sus sexualidades, mientras que los varones son identificados con su racionalidad.

Las masculinidades tradicionales están definidas en la esfera pública del trabajo y las relaciones competitivas con otros hombres, los hombres que estarán a la defensiva en todo momento porque nunca pueden dar por sentadas sus masculinidades, piensan que están trabajando duro por el bien de sus relaciones de pareja y sus familias, por lo que se pueden sentir abandonados y traicionados cuando no se sienten apreciados. Esto se debe a que los hombres crecen dando por supuesto que ocuparan un espacio central en la vida de su familia y cada vez más hombres se quedan con la sensación de que son prescindibles y la familia se ha organizado sin ellos.

La mayoría de los hombres están atados a su trabajo en formas obsesivas porque todavía es esto lo que importa para la construcción de sus identidades masculinas, las mejores energías de los valores se emplean en el trabajo y llegan junto a su compañera exhaustos. Han insistido en que los varones encuentren maneras de apoyarse emocionalmente en otros hombres y de esta manera han modificado la geografía emocional de las relaciones.

24 Victor J. Seidler. “ los hombres heterosexuales y su vida emocional”.

Dentro del mundo competitivo regularmente los hombres suelen aprender a sobrevivir por su cuenta, es difícil confiar en otros hombres o ponerse en situaciones de vulnerabilidad ante ellos porque sienten que los otros se aprovecharán de su “debilidad”. El enamoramiento puede ser tan amenazante para algunos varones que han sido educados para asumir que la vida es algo controlable mediante la razón pura. Se les enseña a que deben tragarse lo que sienten para que puedan hacer lo que se espera de ellos, manteniéndose ignorantes de ellos mismos sin saber nunca lo que aprenderían desde su experiencia.

Michael S. Kimmel²⁸ habla de la identidad masculina vigente en el mercado, la cual define las normas por las que se rige la virilidad norteamericana, describe tanto el escenario en que esta se expresa como sus características: agresividad, competencia, ansiedad. En el mercado es donde se verifica y prueba la virilidad en el cual se cargan de significados las tensiones entre hombres y mujeres así como con distintos grupos de hombres, siendo en sí mismas relaciones de poder. La definición hegemónica de la virilidad en un hombre está en el poder. Un hombre con poder y un hombre de poder, se iguala a la masculinidad con ser fuerte, exitoso, capaz, confiable y ostentado control. Las propias definiciones de virilidad que hemos desarrollado en nuestra cultura perpetúan el poder que unos hombres tienen sobre otros y que los hombres tienen sobre las mujeres. El hecho que esos hombres prueben su virilidad a los ojos de otros hombres es a la vez consecuencia del sexismo.

25 Michael S. Kimmel. “homofobia, temor, vergüenza y silencio de la identidad masculina” Ediciones de la mujer No. 24, 1997.

El dramaturgo David Mamet ²⁹ dice: “ *lo que los hombres necesitan es la aprobación de los propios hombres*”. Las mujeres llegan a ser un tipo de divisa que los hombres usan para mejorar su ubicación en la escala social masculina. La masculinidad es una aprobación “*homosocial*” donde ejecutan actos heroicos, toman riesgos enormes, todo porque quieren que otros hombres admitan su virilidad. El psicólogo Sam Osherson (1992) ³⁰ refiere que: “*cuando ya eres adulto, es fácil pensar que siempre estas en competencia con los hombres ya sea en los deportes y en el trabajo todo por ganar la atención de las mujeres*”.

El verdadero temor “*no es el miedo a las mujeres sino de ser avergonzados o humillados delante de otros hombres o de ser dominados por hombres más fuertes*” siendo el padre el primer hombre que evalúa el desempeño masculino del muchacho, el primer par de ojos de varón frente a los cuales él trata de probarse a sí mismo, y la homofobia es utilizada para purificar todas las relaciones con otros hombres y para asegurar que nadie pueda alguna vez confundirlo con un homosexual. Es el miedo a que otros hombres los desenmascaren, los castren, los revelen a ellos mismos diciendo que no alcanzaron los estándares que no son verdaderos hombres. Se tiene temor que otros hombre vieran su miedo a la humillación, se preocupan por mantener una fachada varonil, la forma de caminar y hasta lo que comemos ya que cada una de estas conductas contiene un lenguaje codificado de género.

²⁹ David Mammet, citado en Michael S. Kimmel “homofobia, temor, verguenza y silencio en la identidad masculina” Ediciones de la mujer No. 24, 1997.

³⁰ Sam Osherson citado en Michael S. Kimmel, “Homofobia, temor.....”1997

V. METODOLOGÍA

5.1 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

La metodología que se utilizó para esta investigación acerca de la construcción de la identidad social en los jóvenes trabajadores del comercio ambulante es de tipo cualitativa ya que nos produce datos descriptivos a partir del discurso hablado y la forma en que lo expresan nuestros entrevistados que fueron los propios jóvenes comerciantes ambulantes. Esta metodología considero fue la más adecuada para el tipo de investigación que se realizó debido a que contribuye para dar respuesta provisoria a nuestras preguntas de investigación y lograr así los objetivos planteados. Se tomó en cuenta tanto a las personas, sus discursos, los escenarios y los grupos que constituyen el contexto en el que se encuentran nuestros objetos de estudio y al mismo tiempo reconstruir la realidad tal como otros la experimentan.

Es importante mencionar que en la investigación cualitativa se debe de tener conciencia de las propias creencias, perspectivas y predisposiciones que tengamos como investigadores. Primeramente se vieron y describieron las cosas tal y como sucedieron, para posteriormente llevarlo a nuestro análisis e interpretación de lo observado y escuchado. Recordemos que esta metodología es considerada como humanista por la razón de que nos permiten conocer la subjetividad de nuestros entrevistados. Por lo anterior, cada opinión, comentario y punto de vista de los entrevistados fue valioso, no se trató de encontrar la verdad y mucho menos juzgar el discurso de nuestra población durante las entrevistas realizadas, se trató de entender la mirada desde los propios actores jóvenes hombres y mujeres comerciantes ambulantes y la forma de explicarse lo que sucede en ellos y con los otros que se encuentran dentro de ese mismo contexto del comercio ambulante en el centro histórico de la ciudad de México..

5.2 TIPO DE ESTUDIO

Para este tipo de investigación considero que los dos tipos de estudio más adecuados fueron el estudio descriptivo y el exploratorio. Opté por el descriptivo debido a que el investigador tiene por interés describir con base en conceptos específicos situaciones o eventos en su mayoría de tipo psicosocial que para esta investigación fue conocer cómo se construye la identidad social y las características identificatorias de los jóvenes que trabajan en el comercio ambulante en el centro histórico de la ciudad de México. Con respecto al estudio exploratorio se eligió por la razón de que el tema de investigación no ha sido abordado desde esta perspectiva psicosocial, sólo se ha estudiado desde la disciplina sociológica y se ha hablado de este sector importante dentro de nuestra ciudad de una forma general y como un “*todo*”, más no desde las características identificatorias que hacen a esta población diferenciarse de otros sectores importantes de la ciudad de México como son los chóferes de microbuses, taxistas, sexoservidoras, entre otros.

5.3 INSTRUMENTOS

OBSERVACIÓN NO PARTICIPATIVA

La observación se llevó a cabo de una manera no participativa lo cual no significa que no haya interactuando con los sujetos y escenarios que conforman mi objeto de estudio. Sino que me basé en el contacto directo y de la misma manera se obtuvo la información requerida con la población de interés apoyado en la conversación con los actores sociales principales, además de complementarla con entrevistas individuales en profundidad, la revisión y lectura de documentos con la intención de conocer, describir y captar su significado e interpretar el comportamiento de los actores sociales que son los jóvenes fungiendo como comerciantes ambulantes y su contexto de trabajo.

De las ventajas que presenta el utilizar esta técnica es que tanto el observador como el observado saben los objetivos que tiene cada uno al permitir la interacción entre ambos, lo que le permite al investigador tener el comportamiento y desplazamiento que el considere conveniente y no se vera presionado u obligado a adoptar un papel de comerciante ambulante y por consecuencia tener que comportarse como ellos.

Así mismo, esta técnica permitió guardar cierta distancia entre los sujetos de estudio y la mirada del investigador. Esto involucra el tratar de controlar los lazos afectivos y de reciprocidad entre el observador y los observados lo que favoreció al observador-investigador porque permitió realizar un mejor análisis de los datos cuando se cuestionó las opiniones, las ideas, los comportamientos y las normas del grupo, sin que se haya presentado un sentimiento de culpa porque no se identificó completamente con ellos.

Durante el trabajo de observación se desarrolló un diario de campo que fue de gran ayuda para recabar toda la información que fue apareciendo durante la recogida de datos con el objetivo de poder relatar lo que sucedió en el escenario y con los actores involucrados en la investigación. Estaríamos hablando del observador-investigador, los jóvenes comerciantes ambulantes y los lugares en donde se desarrolla activamente esta labor, anotando fechas en las que se acudió a efectuar la investigación, sucesos extraordinarios y experiencias vividas durante el trabajo como fueron la manera de hacer el rapport con los sujetos, la continuidad, los pilotesos de la guía de entrevista, entre otras estrategias para la recolección de datos.

ENTREVISTA INDIVIDUAL EN PROFUNDIDAD (VER ANEXO I, II y III)

Esta técnica para el levantamiento de datos sirvió para conocer de forma verbal, la manera en que los sujetos interactúan, opinan, creen, se miran y miran a otros(as) personas en un espacio con determinadas cualidades que lo hacen ser igual o diferente a otros(as).

Se caracteriza por ser flexible en el sentido de que los entrevistados pueden responder o no a las preguntas hechas por el entrevistador utilizando su particular manera de expresar lo que ellos crean pertinente y lo más cercano a su manera de entender la realidad en la que se hallan.

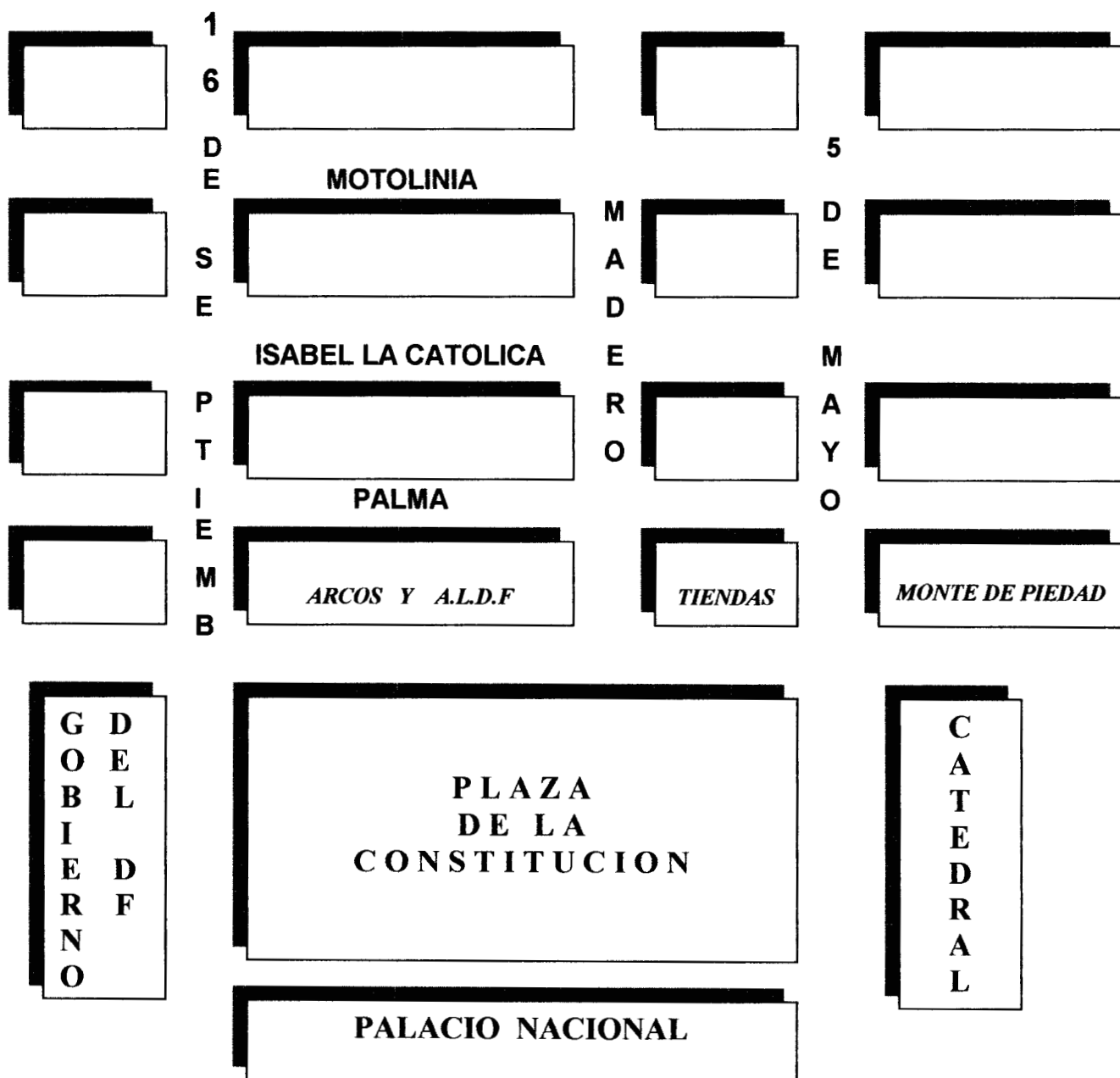
No debemos confundir la entrevista con una conversación libre ya que la entrevista individual en profundidad tiene una intencionalidad antes definidas. Se le ofreció una explicación del propósito de la entrevista a nuestro(a) entrevistado(a). Se contó con una guía de entrevista previamente elaborada que nos ayudó para conseguir la información en donde aparecerán los significados y sentidos que el sujeto da de su realidad con todo detalle, es por eso la importancia de la estructura de las preguntas ya al ser estimulantes para el entrevistado, este puede expresar sus ideas sin limitaciones y sin tratar de abreviar como ocurre en la conversación libre.

La manera en que se elaboraron las preguntas para la guía de entrevista fue realizando una construcción categorial a partir de conceptos que permitieron conocer la realidad del entrevistado y así mismo, me condujeron a un marco referencial. Posteriormente se hicieron indicadores que me guiaron para conocer con mayor detalle la categoría principal. Las preguntas las construí con un lenguaje claro para la persona a quien fue dirigido y que fuesen pertinentes con el tema tratando de que la estructura de la pregunta motive al entrevistado para que responda de una manera amplia y con detalle, es decir, que sean preguntas abiertas.

5.4 ESCENARIOS

Los escenarios donde realicé la investigación es en el centro histórico de la ciudad de México en el cuadro que componen las siguientes calles: Calle 16 de Septiembre, Calle Francisco I. Madero, Calle 5 de Mayo, Calle de Palma. La elección fue con base a la gran cantidad de jóvenes comerciantes ambulantes que ahí se establecen parcialmente.

PLANO DE UBICACION



5.5 POBLACIÓN

La población considerada fueron los(as) jóvenes que trabajan en el comercio ambulante ubicados en el centro histórico de la ciudad de México. Se seleccionaron a los jóvenes comerciantes ambulantes que conocen ampliamente su actividad y el contexto que les rodea. Así como a los jóvenes o informantes clave dentro de ese escenario que aportaron información en la cual se encontraron conceptos y significados de cómo perciben y viven la situación del comercio “*callejero*”.

La edad de los entrevistados va de entre los 18 a los 29 años de edad, seis hombres y seis mujeres, los cuales viven fuera del centro histórico donde es su lugar de trabajo. Antes de dedicarse al comercio ambulante se encontraban estudiando ya sea en la secundaria o en los primeros semestres de educación media superior en instituciones públicas como es el CCH y Vocacionales que en ocasiones combinaban con trabajos temporales como en restaurantes Wings, Mc. Donals , atendiendo negocios de platería, estacionamientos, fábricas. En todos los casos cubriendo un horario determinado con sueldos bajos, subordinados a las ordenes de su superior y teniendo que realizar un mayor esfuerzo físico.

5.6 MUESTRA

El tipo de muestreo es denominado *estratégico*³¹ ya que suele aplicarse para obtener una selección de personas y de escenarios en las que se encuentran los actores sociales más inmediata e intensamente involucrados en las situaciones y escenarios en los que el hecho social posee más riqueza de contenido y de significado.

En cuanto al muestreo para seleccionar a los sujetos y escenarios se tomaron en cuenta los siguientes criterios:

- Contacto con los jóvenes que están intensamente vinculados con esta actividad.
- Situados en lugares donde se viva activamente el comercio ambulante.
- Tengan ya tiempo trabajando en este rubro.
- Sea reconocido(a) por sus compañeros (as) como comerciante ambulante.
- Sea accesible para ser entrevistado(a).
- Tenga la facilidad de comunicar sus experiencias dentro del comercio ambulante.
- Se caractericen por su singularidad.
- El lugar sea considerado como escenario de la actividad del comercio ambulante.

³¹ Ruiz Olaguenaga, *La descodificación de la vida cotidiana* Bilbao España, 1989.

5.7 PROCEDIMIENTO

La manera en que se procedió para el trabajo de campo y la recolección de información fue de la siguiente forma:

Acudí al eje central Lázaro Cárdenas para aplicar las técnicas de observación con la finalidad de conocer el espacio en que se instalan los jóvenes comerciantes ambulantes, poniendo atención en el ambiente social que se percibe, además, traté de identificar a quienes podrían ser mis informantes clave. Estos recorridos los realicé en horarios y fechas variadas, tomando en cuenta las sugerencias que me indicó el entrevistado.

Durante los primeros días hice contacto con alguno de mis informantes para ir estableciendo confianza entre las dos partes. Posteriormente acudí nuevamente al mencionado sitio a realizar el mismo procedimiento.

Ya que logré establecer contacto y hacer el rapport con mis informantes clave y con los jóvenes comerciantes ambulantes, realicé una entrevista individual en profundidad que me sirvió de *"piloteo"* para hacer los ajuste necesarios a mi guía de entrevista individual y así pude continuar recabando información en los días siguientes. Use grabadora para obtener con mayor fidelidad la información de la entrevista, salvo en aquellos casos en que el entrevistado no accedió a que su voz fuera grabada, tomé apuntes en la libreta.

5.8 TIPO DE ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

El tipo de análisis se realizó con una perspectiva interpretativo-comprensivo, ya que si recordamos la metodología cualitativa se puede tomar como un proceso de interpretación ligada al interaccionismo simbólico y a la etnometodología. Considerando que esta investigación tiene mucha relación con uno de los principales enfoques teóricos como es el interaccionismo simbólico que se considera como una de las fuerzas dominantes en las ciencias sociales, radicando su importancia en los significados que las personas utilizan para explicarse la realidad en donde interactúan e intercambian significados como forma de comunicación social siendo determinante de su actuar.

Con respecto a la etnometodología, esta se refiere a cómo las personas mantienen un sentido de la realidad. La tarea de los etnometodólogos consiste en examinar los modos en que las personas aplican reglas culturales abstractas y percepciones de sentido común a situaciones específicas, para que las acciones aparezcan como rutinarias, explicables y carentes de ambigüedad.

Para la reconstrucción del significado, se tomó en cuenta todo lo observado. Así como todos los discursos obtenidos con las entrevistas individuales en profundidad aplicadas a los jóvenes comerciantes ambulantes, en donde se logró conseguir los datos que posteriormente fueron analizados e interpretados para poder reconstruir los sentidos de lo expresado por los sujetos y el contexto de interés que den respuesta provisoria a mis preguntas de investigación.

VI. ANÁLISIS DE LA INFORMACION

La manera en que presentaré este análisis e interpretación de la información, será a partir de las categorías que arrojaron mayores datos que sirvieron para alcanzar los objetivos propuestos y dar respuesta al planteamiento del problema. Entre las que se encuentran la categoría con mayor peso siendo la de comercio ambulante, seguida por las prácticas culturales juveniles que rodean este ambiente, sus expectativas a largo plazo de esta población joven, la percepción de juventud que tienen de sí mismos, que serán enmarcadas con categorías que tienen una estrecha relación con esta actividad ambulante como son la de violencia, el género y la de identidad que va a englobar, además de dar sentido a todas estas.

Trataré de reinterpretar la realidad social en la que se desarrollan los jóvenes trabajadores del comercio ambulante. Veremos cuales son los elementos más importantes que tienen influencia en la construcción de esta identidad del joven comerciante ambulante, entre los que se encuentran la violencia física a la cual se enfrentan frecuentemente que es expresada en la relación granaderos–comerciantes.

Otro elemento que constituye la identidad es la interacción social en relación al género que muchas veces determina socioculturalmente el papel social que se espera cumpla el hombre y la mujer en la cultura en que se desarrolla, pero también tiene que ver con la formación del autoreconocimiento y el tipo de adscripción identitaria.

Uno de los puntos que también encontramos es la comparación que hacen los jóvenes vendedores callejeros frente a otros empleos en la cual se mencionan ventajas y desventajas así como elementos clave con cierto significado que marca las diferencias entre uno y el otro.

Se interpretó su propia mirada cuando se habla sobre la juventud en general y de la juventud que forman parte del contexto de esta actividad en las calles del centro histórico, así como del desempeño personal que realizan dentro de su labor y las expectativas de vida que se tienen.

Explicaré de que manera entienden las experiencias, los factores y los motivos que los conducen a contribuir a la aparición de la violencia contra las autoridades policíacas, además, conoceremos cuales son algunas de las normas internas que se deben cumplir y sobre todo el sentido que estas tienen para poder organizarse y entenderse en el comercio informal.

La forma en que realicé el análisis fue con base en las entrevistas en profundidad que llevé a cabo durante la investigación, recopilando los propios discursos de los jóvenes comerciantes ambulantes, las observaciones hechas en sus lugares de trabajo las cuales rescate del diario de campo sirviéndome para comentar sobre las situaciones que no se pueden plasmar por medio verbal. Posteriormente los trasladé al análisis de contenido para obtener los símbolos y significados que daban a las diferentes situaciones por las que pasan a diario en su trabajo. Después este análisis lo vinculé con el marco referencial del presente trabajo de investigación para apoyarme y poder comprender aun más la información obtenida, para de esta manera poder dar una mejor interpretación a su realidad social.

Para empezar con este análisis me pregunte ¿a qué va la gente al centro histórico?, entre uno de esos motivos es ir de compras formales y no formales. Con las primeras me refiero a las que se realizan en tiendas departamentales establecidas como son los Sanborns, las joyerías, las tiendas de ropa, de telas, etc. El otro tipo de compras es la informal, es decir, la que se lleva a cabo a través del comercio ambulante en las calles del centro histórico en donde se pueden encontrar artículos tales como playeras, blusas, corbatas, encendedores, maquillajes, discos compactos y muchas otros más que se le han llamado a este conjunto de artículos “chácharas” que se ofrecen a bajo precio en comparación a las tiendas establecidas. Teniendo la ventaja para el cliente de encontrarse con una interacción

directa con el vendedor y no la relación fría que encontramos en las tiendas departamentales en donde sólo interesa que se consuma y no el tipo de contacto que se pueda tener con el comprador.

Quienes desempeñan esta actividad en su mayoría son hombres y mujeres jóvenes que van de los 15 a los 29 años de edad, lo cual no quiere decir que no aparezcan personas de mayor edad, siendo precisamente esta población juvenil el tema que nos ocupó en la presente investigación.

Comenzaré por la categoría de comercio ambulante ya que es una de las más importantes para esta investigación dando algunas de las descripciones y definiciones sobre esta actividad a partir de los discursos de sus actores complementado por la interpretación que doy de estos. Aparecerán citas de los propios comerciantes para argumentar y dejar aun más claro el punto que se este tratando en ese análisis.

6. 1 DESCRIPCIONES Y DEFINICIONES DEL COMERCIO AMBULANTE

Las descripciones y definiciones del vendedor callejero van desde entenderlo como una fuente de trabajo alternativo, una forma de sobrevivir de la venta en la calle, una forma de vida e incluso una microempresa lo que en estos tiempos llamarían “changarros” llegando a ser una sola persona el dueño de su propio puesto y varias “sucursales” en donde no importan los papeleos, la edad, la escolaridad, ni los rasgos físicos, lo único que se necesita para ser comerciante ambulante es disposición, tiempo, cierto valor de ponerse y lo principal tener la facilidad para hacer y ser amigo ya que como dice Jony: ³² *“En la calle la amistad es bienvenida”*.

Podría considerarse que es un negocio en el cual se depende de los transeúntes que con dificultad y con placer caminan sobre las banquetas observando los colores, aromas y tamaños de la variedad de productos que se ofrecen a bajos costos, comprando para que contribuyan a la idea abstracta, mal entendida e influenciada de “independencia” que dicen querer alcanzar los y las jóvenes ambulantes.

“Es una gran fuente de trabajo porque aquí no se necesita ningún requisito, un señor de cuarenta años ahorita ya no le dan chance de cajero en alguna comercial por decir, puede ir y comprar una mercancía y ponerse aquí”.

(Karla) ³³

Es un trabajo en el cual se brinda la misma oportunidad a chicos de 15 años que a una persona de 70 años, donde no importa si es hombre o mujer quien lo ejerce. Quizá el único requisito que pide este trabajo es tener paciencia para que llegue el cliente. No deja de ser un trabajo parecido en esencia a cualquier otro en el que se trabaja con el objeto de obtener una cantidad de dinero que sirva para satisfacer las necesidades básicas así como idealmente sería disfrutar la actividad que se realiza.

³² Entrevista realizada el día 8 de noviembre de 2001 en la calle de Madero del centro histórico de la ciudad de México.

³³ Entrevista realizada el día 26 de noviembre de 2001 en la calle de 16 de septiembre del centro histórico.

La diferencia con otros empleos percibida por la población entrevistada es que ahí se gana una cantidad equivalente o superior a una quincena de un (a) asalariado (a) nivel medio pero en un solo día, es decir, dinero más fácil y rápido.

“Antes de esto también tome un trabajo en la Chrysler pero si era mucho más pesado, era levantar desecho químicos y era muy...hacías mucho esfuerzo y mal pagado sueldo de obrero y aquí se gana un sueldo bastante bien, hay quienes ganamos una quincena en un día”

(Enrique)³⁴

Nos podemos dar cuenta que el riesgo y la inestabilidad del trabajo con la que están lidiando a diario, mientras sea bien pagada, vale la pena para un joven vendedor ambulante.

Esta actividad al parecer se *“hereda”* como toda *“microempresa”* ya que tanto hombres como las mujeres jóvenes dedicados a este trabajo señalaron que alguno de sus familiares ya sea mamá, papá, hermanos (as), primos (as) se han dedicado a esta labor antes que ellos tuvieran su propio puesto y en ese tiempo eran sus ayudantes y así aprendieron los que algunos (as) llaman *“El oficio del comercio ambulante”*.

Generalmente se mueve de un lugar a otro dentro de la periferia del centro histórico con la intención de conocer las calles donde más se vende, saber que mercancía es la adecuada para vender en determinado sitio, al mismo tiempo de conocer a más gente de distintos estilos así como el nivel económico. Por ejemplo, en las calles de Madero hay más oficinas, joyerías, relojerías, por lo tanto la gente que pasa por ahí tiene ciertas características que identifica muy bien el joven comerciante ambulante y sabe que comprará artículos relacionados con su ambiente o contexto, como son bolsas de mano, perfumes, corbatas, camisas, carteras, etc. En cambio, si visitamos la calle de Corregidora encontramos a un sector popular debido a que van a comprar de mayoreo cosas más baratas, pero sea en el

³⁴ Entrevista realizada el día 8 de noviembre de 2001 en la calle de Palma en el centro Histórico.

lugar donde se instale por lo regular emplea una manera segura y respetuosa al hablar con el cliente, dándole las características específicas de la mercancía que oferta permitiéndole al comprador dar su opinión, lo que difícilmente ocurrirá en tiendas departamentales.

Es esta una de las razones por las cuales el comerciante ambulante se mueve fácilmente y sin ningún trámite de traslado a otros lugares para saber en que sitio poder dar más cara la mercancía.

“Generalmente he estado en varias calles del centro desde hace tres años me he estado moviendo, no he estado en un mismo lugar porque eso te sirve para conocer otro tipo de gente y no en todas las calles se vende lo mismo por la misma gente que pasa aquí, por eso me gusta irme moviendo para irme dando una idea de donde se puede dar más caro, todo en base a la economía de la mercancía que manejo”

(Iram)³⁵

Lo catalogan como un trabajo porque es basado en el esfuerzo que hacen a diario, comentan que esta labor tiene su forma particular de manejarse que se debe conocer bien el sistema de trabajo en la calle porque de otra manera no la podría hacer.

Es un empleo propio en donde siempre hay ganancias, además, que puedes vestir como quieras. No hay un horario que cumplir. No hay una hora específica para comer. Es “tranquilo”, es decir, solo se requiere un mínimo de energía física por que solo se espera al cliente para que compre, además, se lleva acabo en un espacio abierto donde no están encerrados.

“Ya me había aburrido de estar hay en una tienda de cosméticos, todo el día encerrada. Y aquí si quieres llegas tarde, te levantas temprano o si te aburres te vas y ahí no, ahí te tienes que aguantar todo el día. El sueldo ahí te lo dan fijo, pero aquí tienes la oportunidad de ganar un poco más, si no quieres no vienes a trabajar, no hay quien te presione, ni grite, ni quien te llame la atención”.

(Jazmín)³⁶

³⁵ Entrevista realizada el día 23 de enero de 2002 en la calle de Madero en el centro histórico del D.F

Todo esto se podría considerar como un *“trabajo donde esta ausente la autoridad a la cual se sometan directamente”*. Sin embargo, existen dos tipos de autoridad, la primera, externa representada por el grupo de granaderos los cuales provocan diariamente una gran tensión a los y las jóvenes dedicadas a este negocio por el temor a la perdida total de su mercadería en manos de dicha autoridad así como por la violencia que este hecho puede generar entendiéndolo a esta como el abuso de cualquier forma de fuerza dirigida a sujetos, grupos o sociedades, con el fin de someterlos para obtener de ellos lo que de otra manera no podría ser obtenido y la segunda, es la autoridad interna personificada por los líderes del comercio ambulante que aunque parecería ser que en esta actividad no se acepta a ninguna, eso no significa que no existan normas internas tanto para hombres como para mujeres que se tienen que respetar y aprender a negociar.

Para hacer valer estas normas existe como en la mayoría de los grupos de cualquier índole la figura del líder que se encarga de regular el funcionamiento interno de cada sector. Será el líder comerciante callejero quien actúa como autoridad por cada calle u organización el cual se encarga de inspeccionar que se cumplan los acuerdos internos como es el asunto de los lugares que se comercian y según sea el tamaño del espacio que ocupe se determina cuanto cobrarle de cuota.

“Llegas sacas tu mercancía, a veces están plantados los granaderos y no nos dan permiso, pero esperamos hasta que venga el líder para que se arregle y todo. Ya cuando llegan nos podemos tender y ya ahí estamos esperando a que nos compren”

(Verónica)³⁷

³⁶ Entrevista realizada el día 26 de noviembre de 2001 en la calle de 5 de mayo en el centro histórico del D.F

³⁷ Entrevista realizada el día 20 de enero 2002 en la calle Madero del centro histórico del D.F

Otro de los problemas que pueden surgir en el comercio ambulante es por el tipo de mercancía que se venda en una calle ya que no es permitido ni conveniente vender el mismo giro a más de dos maletas por calle ni más barato o caro que el de la compañera (o) a pocos metros de distancia entre ellos ya que dicen que *“se quema la mercancía”*. Para solucionar este problema en pocas ocasiones se llega a los golpes y el o la vencedor(a) se queda y el otro se retira de esa calle o cambia el producto a ofrecer, pero la mayoría de las veces se soluciona hablando entre los involucrados o con la intervención de los (as) líderes de esa zona.

También tiene la función de arreglar los conflictos que se tenga con las autoridades delegacionales, llegar a arreglos con los comandantes que traigan el operativo en contra de la actividad de venta informal en las calles del centro histórico para que les dejen vender, siendo esta negociación ya sea a base de la corrupción expresada con prácticas conocidas como las *“mordidas”* que se les dan a dichos comandantes.

Estos personajes de liderazgo en el comercio callejero son legitimados no por medio del consenso, sino que son seleccionados con base a los siguientes criterios: tengan muchos años de ejercer esta actividad, que sean considerados como ellos dicen *“pioneros”* del ambulante ya que ellos o ellas pasaron por las más duras cuando los arrestaban por 36 horas, los golpeaban más brutalmente, los sacaban de los edificios con lujo de violencia, entre otros actos violentos, negocien eficazmente con las autoridades, tengan facilidad de palabra o en muchos de los casos el cargo se hereda a un familiar siendo esta la manera más usual de establecer a esta autoridad interna haciendo un monopolio de poder aprovechando esta actividad callejera con grandes ganancias.

En el comercio ambulante se vive con la incertidumbre y en cierta manera con el temor que se miran cada vez que tienden su puesto en alguna banqueta del centro histórico de la ciudad de México, esperando el momento para levantar rápidamente su mercancía cuando se acercan los granaderos, de no lograr quitarse antes del arribo de este grupo policiaco se verán en la necesidad de defender su puesto enfrentándose violentamente con la autoridad.

“Cuando voy a poner mi puesto vengo pensando haber, haber si nos dejan los policías, haber si no pasa nada, haber si no nos pegan, por que ves que luego llegan corriendo los policías y te pegan y haber ya te ganamos. Ya uno viene pensando ojala y estés tranquilo ora”.

(Jony)³⁸

El comercio informal juega un papel importante dentro de un sistema económico para las distribuidoras del centro histórico, ya que una gran parte de sus ventas se debe a los comerciantes ambulantes que consumen sus productos (algunos de procedencia extranjera) encargándose ellos y ellas mismas de distribuirlos por las calles de la ciudad sin la necesidad de poner en marcha grandes programas de mercadotecnia ni publicidad para su venta, tan solo se requiere la disposición de querer ejercer esta forma de comercio considerada como informal.

Cuando él o la comerciante ambulante termina de trabajar, se dirigen a su casa para dejar momentáneamente de pertenecer a este sector, lo que le permitirá relajarse, hablar de otra manera y sobre todo dejar de hablar del trabajo cuando haya terminado el día. La misma sensación pasa con los hombres y mujeres actores de esta actividad callejera.

Esto tiene relación con las diferentes adscripciones identitarias que se ponen en juego al cambiar de escenario social como lo ejemplifica el modelo dramaturgico de Goffman ³⁹ en el cual los individuos actúan en la escena cambiante de la vida cotidiana tratando de

³⁸ Entrevista realizada a Jony el 8 de noviembre de 2001 en la calle de madero del centro histórico de la Ciudad de México.

³⁹ Goffman Erving. Estigma e identidad social *Estigma la identidad deteriorada*. Ed. Amorrortu. 1995.

presentar cada vez una imagen convincente y positiva de sí mismos según la naturaleza de la escena representada y la expectativa del “público”.

De este modo endosan diferentes máscaras que alternan al cambiar la escena, dándonos a entender con la anterior reflexión que la identidad no es única sino múltiple.

“El *calo*” es una característica que puede ayudarnos a entender este proceso, ya que si damos por válido que la forma de hablar de algunos (as) vendedores informales, se podría tomar como una modalidad de violencia verbal, en el sentido de que el lenguaje considerado como correcto, es violentado al transgredir las reglas y ser sustituido por un lenguaje irreverente (populachero) que se opone a un uso culto de la lengua que se corresponde con el modelo impuesto por las clases poderosas, y es típico que se le acuse con mayor frecuencia a los jóvenes como los transgresores de estas normatividades sociales.

Lo que quiero decir con esto, es que los códigos verbales de lenguaje solo son exacerbados entre el mismo grupo de referencia y no pasa de igual manera cuando se dirigen verbalmente al otro grupo representado en esta situación por los clientes, cambiando ligeramente la forma de comunicarse con ellos, debido a que no hacen uso de lo “grosero” porque está asociado con la falta de respeto, cortesía o atención y si se empleara lo “no correcto” se vería disminuida la posibilidad de comprar.

Esto daría paso a que el “*calo*” utilizado principalmente por los hombres y en menor grado por las mujeres jóvenes comerciantes callejeros, se vuelva en cierta manera clandestino, haciendo uso de los gritos con rima, el doble sentido, el albur y hasta las metáforas para llamar la atención de la gente resultando agradable y atractivo esta manera de ofrecer verbalmente su mercancía contraponiéndose con el “*buen*” uso del lenguaje. Un ejemplo

de esta forma de manejar los códigos verbales en el comercio ambulante es como lo hace Luis:

“Haber, haber, aproveche como doña Meche pa’ que le alcance pa’ la leche”.

“Puro de Roberto (robado) gente”.

“Levántele gente todo es robado pero nada es usado”.

(Luis) ⁴⁰

Por lo tanto, me daría a pensar que por lo menos en la interacción verbal se da una tolerancia y un reconocimiento a la diferenciación social. Lo que me llama la atención es la dirección en que se da la tolerancia, es decir, quién hace el cambio momentáneo en sus propios códigos verbales para entablar una comunicación eficaz entre los involucrados el vendedor o el comprador, siendo el o la vendedora ambulante quien lo realiza quizá por su interés y la necesidad que tiene de vender ya que es su principal objetivo al dedicarse a este trabajo.

Lo anterior podría entenderse que cuando existe un interés de por medio a favor de la persona misma, ésta puede cambiar momentáneamente su identidad, pero esto no quiere decir que la haya perdido, sino que pasa por un proceso de despersonalización entendida como la manera en que se perciben a si mismos más como ejemplares intercambiables de una categoría social que como personalidades únicas definidas por sus diferencias individuales en relación con los otros.

Algunos de los y las comerciantes informales manifiestan lo que se podría entender como la aparición de la necesidad por querer romper con los vínculos primarios, es decir, de los padres y la familia en sí, debido a que expresan que esta actividad les permite lograr una cierta independencia económica y emocional, obteniendo con esto una *“libertad”* lo cual diría que estas palabras son vendidas a los jóvenes de manera no clara ya que son conceptos demasiado abstractos que engloban a un todo. Siendo solo una noción la *“libertad”* en esta actividad informal por la razón de que al ser un comercio no importando

⁴⁰ Entrevista realizada el día 4 de abril de 2002 en la calle de 16 de septiembre del centro histórico de la Ciudad de México.

la modalidad, requiere la mayor atención y por lo tanto, permanecer pendiente de su negocio por varias horas al día. Lo que quizá si pueda otorgar esta labor callejera es a la que se refieren los propios actores de dicho trabajo que es una flexibilidad en cuanto al tiempo laboral y poderlo organizar conforme a su interés personal. Da la oportunidad de poder ganar una cantidad de dinero más que la que se le ofrecería en una fábrica, encontrando en este trabajo la manera más viable para satisfacer sus necesidades básicas y algunas más, lo que no quiere decir que ofrezca “libertad” e “independencia” ya que siempre se necesita de algún o alguna otra con quien interactuar, que en este caso se dependerá de varios factores que mencionaré a continuación .

Existen tres factores de suma importancia que intervienen para que se lleve a cabo una buena o mala venta. El primero es la temporada del año ya que de esto depende la cantidad de productos que se puedan vender, por poner un ejemplo; nombran al mes de diciembre como el más satisfactorio pero los dos siguientes meses son bajos ya que apuntan a que la gente esta gastada. Así mismo ocurre con el mes de septiembre en el cual las personas tienen gastos fuertes por la compra de útiles y uniformes escolares.

El segundo factor que altera de manera drástica, es el grupo de granaderos que con su sola presencia provoca el alto total de posibles ventas. El tercero es a causa de la repetición de la mercancía o como ellos (as) dicen “esta quemada la mercancía” y por lo tanto no se vende bien. En otros casos solo depende de que la gente quiera comprar.

Ahora que ya hemos tocado el punto del comercio ambulante y comentar de sus actores principales que son los jóvenes, ya que es de gran importancia conocer cuales son las percepciones que tienen ellos mismos de la juventud en general y de la juventud comerciante callejera, poniendo atención en la manera en que argumentan las diferencias que tiene con un adulto, esta comparación la por la razón de que lo joven se puede entender a partir de la confrontación con el mundo adulto esto con el objeto de conocer y de entender más ampliamente cual es la manera en que ellos mismos se tratan de explicar su realidad cómo jóvenes.



Fotografía tomada en la calle Francisco I. Madero en el Centro Histórico del D.F.



Fotografía tomada en el Pasaje "Los Arcos" en el Centro Histórico de la Ciudad de México.

6.2 PERCEPCIONES DE JUVENTUD EN LOS COMERCIANTES AMBULANTES

Entre las diferencias que tanto hombres como mujeres perciben en comparación con los adultos que podría pensarse ser la contraparte del joven, va en un sentido más de cualidades que de número de años, es decir, la educación que recibieron cada uno, así como la manera de explicarse la realidad haciendo uso de su identidad personal como lo es la subjetividad, los pensamientos propios, las emociones, además de los sentimientos.

Por lo tanto, la actitud que se tenga frente a cada realidad en la que se encuentren será lo que marque la diferencia, ya sea que tenga cuarenta años de edad y actuar con las características asociadas con una persona de veinte años que se puede ver a sí mismo y a los demás jóvenes como no comprometidos, indiferentes y con poca seriedad frente a las situaciones que se les presentan durante la vida cotidiana dando más importancia al “reventón y a las fiestas” siendo estas las principales características según los y las entrevistadas lo que diferencia a un joven de un adulto.

“Bueno para mi ser joven, es lo mejor de la vida, yo creo si, porque te vas a fiestas, encuentras chavas, muchos noviazgos, esteee trabajo ora si que par mis fiestas o que me voy a las discos, todo eso.”

(Enrique) ⁴¹

El y la joven comerciante ambulante se define por ser un chavo o chava que tiene necesidad de trabajar, que no tiene muchas veces la educación académica necesaria para conseguir un buen trabajo que cubra las necesidades de su casa y de sus estudios en el caso de que asista a una institución de educación. Pero también dicen ser movidos, inquietos, son activos, responsables, además de manejar bien las cuestiones referentes a su negocio en la vía pública.

⁴¹ Entrevista realizada el día 8 de noviembre de 2001 en la calle de Palma en el centro histórico del D.F

Siguiendo en la misma línea pasaremos a la otra categoría de análisis que nos hará entrar más a fondo en las construcciones identitarias de los y las jóvenes ambulantes tocando punto más personales, me refiero a los estilos de vestir y otros consumos juveniles creados por las industrias culturales dirigidas hacia los jóvenes. Esto se podría ubicar en la cuestión de las practicas culturales que en esta actividad se pueden encontrar.



Calle Francisco I. Madero en el Centro Histórico de la Ciudad de México.

6.3 PRACTICAS CULTURALES ENTRE LOS JÓVENES COMERCIANTES AMBULANTES.

Los grupos de referencia muchas veces se gestan a partir de las cualidades que se comparten como llega a ser la forma de vestir que para el caso de las mujeres comerciantes informales es casi una característica el no verlas con faldas por la cuestión de las persecuciones y los enfrentamientos que tienen frecuentemente con los granaderos, lo que me da a pensar que los espacios y la actividad que se realicen pueden determinar la forma de vestir, es decir, él o la joven difícilmente decide él mismo que tipo de ropa a usar. No existe una decisión propia sino siempre es social. Lo mismo pasa con la moda en la cual se piensa que el joven la adopta y creo que esto va más en torno a las influencias globalizadoras de consumo dirigido por las industrias juveniles.

Él o la joven siente “*moverse*” e ir avanzando cuando esta a la moda, porque de no ser así esto daría paso a una discriminación y diferenciación dentro del grupo al que se quiere pertenecer.

Esto mismo sucede en cuanto a los estilos musicales que son a partir de los que están de moda, siendo una señal demostrativa de las influencias colectivas y globalizadas el comentario que hace Jazmín una de mis entrevistadas para seleccionar el tipo de música: “*Pu´s no sé, na´mas me gusta el ritmo y hay voy*”⁴².

Para esto se podría decir que tanto los estilos musicales como las fajas juveniles dan información social en cuanto a la identidad social de ellos. En el caso de los jóvenes vendedores callejeros no se percibe una determinada y compartida estética corporal, quizá esto sólo suceda en el caso de las mujeres por el frecuente uso del pantalón.

Entendiendo que la identificación personal del individuo esta en función de la identidad social, entonces si a las mujeres que realizan esta labor informal, se le ha determinado

⁴² Entrevista realizada el día 26 de noviembre en la calle 5 de mayo del centro histórico del D.F.

indirectamente el uso del pantalón por las autoridades que van en contra del comercio ambulante, podría decir que hasta en lo que parecería ser una decisión propia de facha, interfieren las autoridades e instituciones normativas , lo que comprobaría que los estilos musicales y las formas de vestir son parte de las negociación entre individuos y autoridades.

La anterior percepción considero viene ligada con los modelos de corte capitalista dirigidos por las industrias culturales de consumos juveniles como es el caso de la ropa, la música, los lugares y algunas ideas que refieren a "*libertades revolucionarias*" como es el tema de las imágenes y leyendas de personajes de la historia y presentes estampadas en playeras, mochilas o gorras por ejemplo las del "*Che Guevara*", "*El Subcomandante Marcos*", Zapata entre otras como podrían ser las de personajes de comics y de T.V., grupos musicales y solistas de baja e influenciabile calidad que se convierten en mercancías consumibles construidos muchos de ellos estratégicamente y promocionados algunas de estas por los medios masivos de comunicación aludiendo a los estereotipos de lo que supuestamente "*debe ser un joven*" marcándoles cuales "*deben*" ser sus comportamientos y hasta formas de pensamiento.

Uno de los factores de importancia dentro de estas idea son el estado civil ya sea del hombre o de las mujeres entrevistadas ya que la mayoría son solteros y debido a esta situación no tienen o no sienten compromisos con nadie más que con ellos mismos y la diversión.

En el caso de las y los jóvenes vendedores callejeros que viven en algún tipo de relación de pareja ya sea casados o en unión libre no se expresa con entusiasmo las intenciones de continuar con la vida de solteros asistiendo con frecuencia a fiestas caseras, fiestas en la calle conocidas como "*charangas*", reventones en antros y fiestas privadas conocidas como "*rave*". Siendo estas las formas de diversión de esta población tanto en mujeres y para los hombres, ahora entran a una dinámica en la cual se tiene la preocupación de solventar gastos mayores como pagar la renta de un cuarto para vivir, alimentación para dos personas más que son la esposa y muy seguramente un hijo. Servicios como luz, gas,

teléfono, entre otros pagos que le disminuirán las intenciones de asistir a eventos festivos, entrando a un ciclo de seguir con las normas y valores tradicionales de nuestra sociedad cuando se forma una relación de pareja. Aunque es importante señalar que no necesariamente caen a esta dinámica de vida en todos los casos.

Pasaremos a continuación a conocer la otra categoría que tiene que ver con las cuestiones de futuro, esto con la intención de conocer que es lo que piensan de lo venidero o si solamente interactúan con una inmediatez formada por la misma actividad de trabajo llena de incertidumbre tanto por la preocupación del vender o el de las persecuciones policiacas que hace de su actividad una duda y tensión constante. Así también lo que puede aparecer son las diferentes y probables identidades que pueden adoptar en algún momento, será interesante conocer como se perciben en el transcurso del tiempo.



Pasaje “Los Arcos” en el Centro Histórico de la Ciudad de México.

6.4 EXPECTATIVAS A LARGO PLAZO DE LOS JÓVENES COMERCIANTES AMBULANTES

La mayoría de los y las comerciantes ambulantes difícilmente piensan en el día siguiente por que no saben que va a pasar, lo que demuestra la inestabilidad e incertidumbre de su trabajo y/o lo agotador que resulta ser su actividad para no querer pensar más en esta. Esto muy probablemente tiene relación con lo comentado acerca de la adscripción identitaria, con base en este caso, al espacio donde se está y a donde se llega, los cuales están cada uno constituidos por símbolos y significados que tendrán influencia con sus actitudes como el de no querer pensar más sobre el trabajo al llegar a casa que puede representar símbolos de descanso, tranquilidad, no enfrentamientos violentos, seguridad. Podría también ser en muchos de los caso alguna cantina en donde se puede interactuar con símbolos de reposo, relajación, amistades, etc. El cine, el parque o simplemente otro lugar fuera del espacio de trabajo ya que se encontrarán en otro escenario con ciertas cualidades que se contraponen con el otro espacio del que se quiere alejar momentáneamente.

“No pienso en el día siguiente, deajo que sea, por que nada más me preocupo, por ejemplo cuando pienso chin no voy a vender, me van a corretear, la venta esta muy floja, sino vendo que voy a hacer. Me preocupo más, mejor no pienso”

(Raquel)⁴³

Siguiendo con las expectativas de vida que tienen las y los jóvenes “microempresarios callejeros” son sólo de dos modalidades. La primera, es el querer retomar sus estudios truncados y terminar una carrera profesional; la segunda modalidad es seguir vendiendo en el comercio ambulante ya que ellos y ellas dicen no tener los estudios suficientes para encontrar otro tipo de trabajo bien remunerado. Así es que sólo dejarían la venta ambulante cuando tengan un trabajo bien remunerado o por el estudio.

⁴³ Entrevista realizada el día 4 de abril de 2002 en la calle de 5 de mayo en el centro histórico del D.F

Lo anterior me da a pensar que una de las causas del comercio en la vía pública son precisamente la falta de estas formas de poder sobresalir a nivel personal y social, la preparación académica así como el empleo, las dos necesariamente con dignidad, además de alta calidad. Aquí es donde se muestra claramente que existe una violencia estructural como la llama Jaime Álvarez Ramos ⁴⁴ que da paso a la aparición del comercio informal en las calles del centro histórico de la ciudad de México así como en otros lugares del país.

Este tipo de violencia se caracteriza por manifestarse como producto de las relaciones estructurales de la sociedad y se distingue porque sus consecuencias no se pueden atribuir a un actor específico, concreto, ni tampoco pueden deslindarse fácilmente las causas que la producen.

“Como no tengo estudios, nomás vender, ya ves que en cualquier lado te piden estudios para trabajar, pa’ cambiar, aquí pu’s no”

(Ivan) ⁴⁵

Esta violencia esta presente, rigiendo la vida social y sin embargo, en muchos casos como es el del comercio ambulante se hace uso de la manipulación para que ahora se le vea como algo indeseable para evitar que se haga manifiesta o se tome conciencia de ella.

Nos hemos dado cuenta de los factores que están interviniendo en el proceso de la construcción de la identidad en estos jóvenes comerciantes informales, los cuales se van a conjugar y dar un poco más de forma en el siguiente apartado, en el cual se retoman algunas situaciones que pueden ejemplificar esta temática de identidad. Se podrá encontrar algunos conceptos retomados de la perspectiva sociológica y desde la psicología social que sirven para comprender aun más estos procesos tan complejos para entender las gestaciones identitarias.

⁴⁴ Álvarez R. Jaime. *Tiempos de violencia* área de investigación. Subjetividad y procesos sociales UAM-X 1996.

⁴⁵ Entrevista realizada a Ivan el día 10 de noviembre de 2001 en la calle 5 de mayo en el centro histórico



Calle Francisco I. Madero en el Centro Histórico de la Ciudad de México.

6.5 IDENTIDAD EN LOS JÓVENES MICROEMPRESARIOS CALLEJEROS

Al hablar los jóvenes comerciantes callejeros, de la autoridad hacen referencia al grupo de granaderos usando conceptos, clasificaciones humillantes, además de ser peyorativas y para dar un tipo de estas expresiones la tomaré del discurso de uno de mis entrevistados:

“El compañero hace uso de razón y un granadero no, un granadero es como un animal, un granadero es como un perro nada mas recibe ordenes, no puede ir en contra de sus ordenes”.

(José)⁴⁶

Esto se debe al proceso psicosocial de endogrupo y exogrupo del que nos comenta Turner J, en su texto “Redescubrir el grupo social”, ubicando a dicho proceso en el nivel intermedio de abstracción de categorización del yo que es importante para el autoconcepto social. El mencionado proceso esta basado en las semejanzas y diferencias sociales entre miembros de determinados grupos.

Estas categorizaciones personales del yo y las categorizaciones endogrupo-exogrupo, no se excluyen, al contrario, tienden a operar de forma simultánea la mayor parte del tiempo.

Cuando los comerciantes informales hablan sobre el comercio establecido que parecería ser la contraparte del comercio ambulante, comentan sobre las diferencias y semejanzas que puedan tener, por ejemplo, en el caso de los informales en comparación con un comercio formalmente establecido es la de no pagar impuestos, no pagan renta de un local, ejercen su trabajo sobre la vía pública, es un negocio relativamente pequeño, tienen que levantar su puesto cuando pasa el operativo de granaderos, su mercancía no es original (pirata) y son diferentes los precios que maneja el uno y el otro aunque se trate del mismo producto.

⁴⁶ Entrevista realizada a el día 23 de enero de2002 en la calle de palma del centro histórico del D.F Ciudad de México.

Lo que quiero hacer notar es que por lo menos en esta investigación no se encuentran descalificaciones fuertes ni opiniones valoradas de modo negativo dirigidas a esta modalidad de comercio establecido, sin embargo, al comparar a personas del exogrupo suelen resultar menos atractivas, un ejemplo de esto es expresado por Iván que dice:

“ Es que las mujeres de otro lado por ejemplo las licenciadas o las que trabajan en las joyerías o en las relojerías son muy payasas como que son muy creídas”.

*(Iván)*⁴⁷

Sin embargo, entre los y las comerciantes callejeros se perciben como mejores que sus “iguales” en el sentido de que los dos son comerciantes, uno formal y el otro callejero. Tratando de argumentar su propia percepción de una manera muy ligera ya que dice simplemente “*ser más buena onda*”,

Lo anterior nos muestra que cuando el exogrupo interfiere directamente, con frecuencia y de manera perjudicial como es el grupo de granaderos, se recrudecerán las opiniones así como las actitudes del endogrupo en contra de los integrantes del exogrupo y, cuando la atracción es mutua expresada en la cooperación, altruismo, contagio, empatía, normas, enriquecida por tener el mismo destino común, la proximidad, la interacción social, distancia social reducida, el tiempo que comparten la misma banqueta y demás caracteres similares entre los miembros del mismo gremio económico y laboral como ellos (as) afirman, las evaluaciones serán positivas.

Esta cooperación se refleja cuando se dan los enfrentamientos con la policía, llenando esta batalla más allá de defender su espacio y mercancía, llegando a reafirmar el apoyo, la solidaridad y sensibilidad que se muestra en cada uno y una de las (os) jóvenes comerciantes callejeros cuando alguno (a) de sus iguales es agredido por los granaderos, porque aunque este apoyo no es obligatorio darlo, dicen ellos (as) sentir un compromiso de ir a hacerle “*el paro*” a un (a) compañero no importando si es de otra zona ya que comparten códigos y normas similares, así es que mientras sea comerciante ambulante

⁴⁷ Entrevista realizada a Ivan en la calle de 5 de mayo el día 10 de noviembre de 2001 en el centro histórico de la Ciudad de México.

pertenece al mismo grupo. Estas relaciones que el sujeto establece en su espacio de trabajo donde coexisten ciertas diferencias con los otros pero también similitudes que se vean estimuladas y enriquecidas recíprocamente permitirá que surjan los modelos con los que se identificara.

“A veces cuando se llegan hacer los fregadazos con los granaderos, pues ya si se hacen acá atrás, ya corremos los de aquí para haya, o sea todos nos apoyamos, nos echamos la mano”

(karla) ⁴⁸

Esto sucede frecuentemente al interior de esta actividad informal debido a que algunos (as) jóvenes del comercio callejero vienen de provincia a buscar empleo en la ciudad pero muchos (as) de ellos no lo encuentran y recurren al comercio ambulante para poder obtener algo de dinero lo cual les obliga a cambiar algunas practicas culturales, como es la vestimenta de su pueblo, la forma de hablar, la forma de interactuar con el cliente, entre otras, que contribuyen a la transformación de su identidad siendo esta el resultado de procesos de negociación para las interacciones cotidianas entre los individuos. Así como de la adaptación a su entorno social que hace posibles las relaciones como la cohesión y cooperación entre esta actividad del comercio informal.

Incluso para muchos de estos actores sociales, el comercio en las calles es un lugar con un grupo de sujetos a los cuales se les tiene mayor confianza que a los propios integrantes de su familia lo que nos estaría indicando que estos personajes del comercio callejero

⁴⁸ Entrevista realizada el día 26 de noviembre de 2001 en la calle de 16 de septiembre en el centro.

tienen necesidad profunda de pertenencia pero no en las viejas instituciones como son los partidos políticos, los sindicatos, la iglesia, sino en pequeños grupos “cálidos” de amigos cercanos que compartan caracteres similares entre ellos y ellas.

“Con los compañeros de aquí me siento más a gusto que con los de la colonia, porque con ellos comparto muchas cosas, siento que pertenecemos a un mismo gremio económico, mismo gremio laboral y me siento en confianza con ellos que.. pues allá con mi familia, allá son cosas distintas”

(Iram)⁴⁹

Esto tiene relación con los motivos que unen a los comerciante callejeros manifestados por ellas y ellos mismos los cuales son la necesidad de ganarse el sustento, la amistad, el verse todos los días, el compañerismo, el encontrar apoyo cuando alguien de sus miembros tiene problemas con las autoridades y porque son comerciantes callejeros. Lo que daría por resultado la formación del grupo psicológico porque se produce en la medida en que dos o más personas se perciben y definen así mismas a partir de alguna categorización compartida como el ser comerciante ambulante ya que las diferencias percibidas entre ellos y/o ellas son menores.

Entre estas diferencias que llevaran a la autopercepción social esta el asunto del desempeño personal que cada uno o una realice en su labor, es decir, el reconocimiento de las calles donde se tiene identificado qué mercancía se vende mejor y a que precios ofrecerlo, la experiencia en esta actividad, la calle en donde se ubique su puesto, la modalidad de consumo ya sea de mayoreo o por menudeo, las habilidades para influenciar al cliente para que le compre, la atención que se le ponga a su puesto, la manera de atender, la forma de invertir su dinero, el horario de trabajo que ellos (as) mismos determinen, entre otras diferencias personales que se identifican en un continuo que va desde la percepción del yo como persona única hasta la percepción del yo como categoría endogrupal, siendo en el punto medio de este continuo donde el individuo se define como diferente de los miembros del mismo grupo al que pertenece.

⁴⁹ Entrevista realizada el día 23 de enero de 2002 en la calle Madero del centro histórico del D.F.

También la identidad esta constituida por cuestiones de género, siendo precisamente la categoría que analizaremos en seguida ya que es de suma relevancia dentro del proceso de la identidad, porque ahí es donde aparecen practicas construidas socialmente que determinan muchas de las acciones, actitudes y comportamientos tanto para el hombre como para la mujer.



Pasaje “Los Arcos” de la Ciudad de México



Operativo en el Centro Histórico de la Ciudad de México.



Jóven comerciante ambulante en el Centro Histórico de la Ciudad de México.

6.6 GÉNERO EN LOS JÓVENES COMERCIANTES AMBULANTES

Dentro del comercio ambulante como he venido mencionando se encuentran tanto hombres como mujeres por igual, siendo lo contrario a otros empleos en donde el mercado de trabajo es segregado por sexos. De la misma manera se rompe con la idea que se tenía, en donde el hombre era el más indicado para realizar el trabajo público que socioculturalmente es el espacio del reconocimiento y la mujer sólo se podría desarrollar dentro del hogar dedicada solamente a la crianza de los hijos. Podemos ver que el comercio callejero ofrece a las mujeres ganar una cantidad de dinero igual a la que pueda percibir un hombre dedicado a esta misma actividad lo que resulta un poco difícil ver en otros centros de trabajo.

“Yo no veo ninguna diferencia, las mujeres y los hombres le entramos a todo igual, cargamos igual, trabajamos el mismo tiempo, ganamos igual y hasta nos peleamos igual cuando nos quieren quitar, gritamos igual y corremos igual”.

(Ana María)⁵⁰

En la mayoría de los trabajos se les ofrece los puestos de mando a los hombres manteniendo alejada del poder a la mujer, pero en este caso del comercio informal se pueden localizar algunas mujeres legitimadas por su antigüedad en el ambiente del comercio informal que fungen como líderes de asociaciones con gran poder, una de ellas es la señora Alejandra Barrios quien tiene a su cargo miles de hombres y mujeres comerciantes bajo su organización.

Estas mujeres que trabajan fuera del hogar desempeñando actividades remuneradas como es la opción del comercio en la vía pública en el centro histórico de esta ciudad compaginándola con el de ama de casa, dándose la doble jornada (ama de casa-comerciante ambulante) en un solo espacio donde se le permite a la madre llevar a sus hijos al centro de trabajo.

⁵⁰ Entrevista realizada el día 20 de enero de 2002 en la calle 16 de septiembre en el centro histórico del D.F.

Me parece importante señalar que durante mis observaciones me daba cuenta que difícilmente los hombres comerciantes callejeros llevan a sus hijos a su lugar de trabajo, lo que me daría a pensar que se siguen reproduciendo esas prácticas de creer que la mujer es única y exclusivamente la que se tiene que dedicar a la crianza de los hijos y el hombre el proveedor de la familia para no entrar en una “crisis” de masculinidad.

Con respecto a las percepciones y a las ideas que tienen hombres y mujeres en relación con su mismo sexo encontré que los hombres al hablar de las mujeres siguen repitiendo los mismos discursos socialmente contruidos por el hombre y no por el de ellas mismas, es decir, de la subjetividad que es el compromiso individual con las prácticas, los discursos y las instituciones con los cuales interactúa y le dan significado a los hechos con los que esta en contacto.

“Me diferencio de las mujeres por que yo no soy tan sensible, que no soy muy compasivo, que no soy muy sincero, muy sencillo, cosa que sin pretender querer decir que es un rasgo de debilidad sino para mí es un merito, yo soy un poco más duro se puede decir así”

(Enrique) ⁵¹

Siguiendo con las diferencias que se perciben entre hombres y mujeres comerciantes ambulantes, tenemos que los hombres son más retraídos e irresponsables. Para otros la diferencia solo es de tipo corporal como lo expresó un “microempresario callejero” con sus manos dibujando los senos de una mujer. Hay otros (as) que piensan que no hay diferencia siendo que esta radica solamente en el tipo de mercancía y precios que cada uno vende, ya que mencionan que tanto los hombres como las mujeres pueden llevar a cabo la misma actividad del comercio ambulante y las mismas prácticas dentro del trabajo como es el tenderse, vender, gritar, correr, etc. Por lo tanto en este aspecto me doy cuenta que en el comercio en la vía pública no se aprecia una desigualdad laboral como se da en otro tipo de trabajos donde cada tarea y salarios es socioculturalmente determinados por el único motivo de ser hombre o ser mujer.

⁵¹ Entrevista realizada el día 8 de noviembre de 2001 en la calle de Palma en el centro histórico del D.F

En ocasiones se le percibe a la mujer comerciante ambulante desde una mirada externa, es decir, desde la que no es actor de este sector, como masculinizada ya que es un trabajo que se contrapone con las normas sociales y culturales ya que lo femenino es lo maternal, lo domestico, lo privado, contrapuesto con lo masculino siendo para este lo público, además que este trabajo esta expuesto constantemente a los enfrentamientos violentos con el grupo de granaderos y por lo tanto una mujer se *“vería mal”* peleándose con un policía, ya que esos actos sólo son atribuidos a los hombres como símbolos de fuerza, agresividad y poder. Se llega a pensar que los hombres no tienen necesidades emocionales propias porque son consideradas señales de debilidad y solamente los *“otros”* tienen esas necesidades y demuestran que son inferiores.

Muchos miembros del grupo masculino usan la violencia para sostener su dominación y la intimidación a las mujeres. Esto también tiene que ver con la identidad ya que el hombre supuestamente debe de estar dispuesto en cualquier momento a demostrar su hombría a base de golpes porque de no ser así se le excluiría del grupo de los hombres ya que tiene que defender en una acción paternalista a las mujeres de los ataques de la policía porque ellas son más *“débiles”*.

Parecería ser que la masculinidad existe solo en contraste con la feminidad. Es tener en mente el uso por el cual llamamos a algunas mujeres masculinas y algunos hombres femeninos, o algunas acciones o actitudes masculinas o femeninas sin considerar a quienes las realizan.

Cuando los hombres hablan de sus diferencias personales con otros hombres van en el sentido del desempeño durante el trabajo , es decir, algunos muestran mayor disposición y prestan más atención a su puesto, llegan más temprano y se van más tarde, a otros les da como dicen *“hueva”* y se la pasan platicando todo el tiempo que están sin la intención de aplicarse a su puesto.

Cada uno se atribuye características catalogadas como positivas entre las que se encuentran la disposición al trabajo, la seguridad en sí mismo, no ser impositivos, su sensibilidad cuando ofenden a una mujer (paternalismo), entre otras que les hace sentir bien a cada uno de ellos. Lo anterior me lleva a pensar que se tiene la creencia que como varones se debe ser independiente y autosuficiente.

Dentro del mundo competitivo regularmente los hombres suelen aprender a sobrevivir por su cuenta y hacer lo que se espera de ellos, es difícil que confíen en otros hombres o ponerse en situaciones de vulnerabilidad ante ellos porque sienten que los otros se aprovecharán de una supuesta “debilidad”.

“Lo que me hace ser diferente de los demás hombres es la disposición, es la seguridad, le hecho mucho esfuerzo porque llego mucho antes que ellos y luego si me voy mucho después de ellos”

*(Ivan)*⁵²

Es esta una de las razones por las que algunos hombres están atados a su trabajo en formas obsesivas porque todavía es esto lo que importa para la construcción de sus identidades masculinas. La definición hegemónica de la virilidad en un hombre está en el poder. Un hombre con poder y un hombre de poder, se iguala a la masculinidad con ser fuerte, exitoso, capaz, confiable y ostentado control, siendo su verdadero temor no el miedo a las mujeres sino de ser avergonzados o humillados delante de otros hombres o de ser dominados por hombres “más fuertes” así como el miedo a que otros hombres los desenmascaren, los castren, los revelen a ellos mismos diciendo que no alcanzaron los estándares que no son verdaderos hombres es por eso que la mayoría de los hombres incluyendo a los de la población estudiada del comercio callejero se preocupan por mantener una fachada varonil.

⁵² Entrevista realizada el día 10 de noviembre en la calle de 5 de mayo en el centro histórico del D.F

Hemos visto que los procesos de la construcción identitaria son una parte importante en el desarrollo de los sujetos, porque de aquí parte el tipo de relaciones interpersonales y grupales que los sujetos vayan a entablar, por lo tanto, los factores que intervengan en este desarrollo, tendrán una carga significativa para los sujetos; es el caso de los diferentes tipos de violencia con los cuales están frecuentemente en contacto los y las jóvenes comerciantes ambulantes. Esta categoría es la que a continuación abordare debido a la importancia que tiene para la investigación.



Calle 16 de septiembre en el Centro Histórico de la Ciudad de México.



Mujeres Jóvenes en el comercio ambulante “ La doble jornada”.



Centro Histórico de la Ciudad de México.

6.7 LA VIOLENCIA FÍSICA PRESENTE EN EL COMERCIO CALLEJERO

La autoridad policiaca resulta ser la controladora del espacio publico que es la calle, teniendo la facultad de otorgar el *“permiso”* o negarlo para ejercer esta actividad del comercio ambulante, cuando se da esta última es el motivo que hará surgir la violencia explicita. Pero en lo que habría que poner atención es en las justificaciones que los mismos afectados dan de la violencia diciendo que *“es algo justo sufrirlo”* a diario por la misma situación de informalidad con la que ejercen su trabajo, pasando a percibir el problema de la violencia de una manera no tan seria ni alarmante para ellos (as) a una percepción de *“normalidad”* quizá por la frecuencia con que se presenta. Están conscientes de que están quebrantando normas sociales que tal vez ellos no comparten del todo con las autoridades, dando la impresión de que se están gestando entre este grupo de jóvenes comerciantes informales, una cultura de la ilegalidad en la que van creciendo y validando dentro de ella.

Existe un motivo por el cual aparece la violencia, este es la de defender y no permitir que la policía les quite su mercancía, pero esta batalla va más allá de defender su espacio y mercancía, llegando a reafirmar el apoyo, la solidaridad y sensibilidad que se muestra en cada uno de ellos (as) cuando alguien de sus compañeros del grupo de ambulantes es agredido (a) por los granaderos. Entonces el uso de la violencia da a pensar que por lo menos en este sector se le puede ver como uno de los mecanismos de participación validos por los cuales se puede pertenecer a esta adscripción indentitaria y ser aceptado, mientras más violento (a) pueda actuar el o la joven comerciante informal en contra de los granaderos será mayor su prestigio social ante el grupo.

Los mismos *“microempresarios callejeros”* dicen que cuando se da un enfrentamiento fuerte con los granaderos se les aplica un castigo que consiste en no dejarlos trabajar posiblemente hasta una semana. El o la joven que lo hace sabe que su líder interno no lo aprobara pero como a este se le mira también como autoridad el acto mismo añadirá un poco más de emoción al realizar el enfrentamiento, de lo único que se trata es de transgredir la norma golpeando a un granadero y con esto sentirse admirado (a) por sus compañeros (as). Esa será la recompensa personal y vale la pena asumir el riesgo y el castigo que se le aplique.

Aunque los casos leves de vandalismo y violencia se pueden presentar en el desarrollo de los jóvenes ya que en algunos de ellos y ellas provienen de su necesidad de sentirse independientes y rebeldes, considero que lo anterior los va conduciendo a un estilo de relación basado en el dominio, la fuerza y la agresividad que son valores muy poco edificantes para estos (as) jóvenes que se encuentran en el proceso de formación de la identidad.

Comprendo que cualquiera puede recurrir a un carácter agresivo o violento en determinada situación ya sea para defender el territorio propio o alguna pertenencia de tipo material o afectiva, lo cual no quiere decir que sea justificable acudir a la violencia como forma de *“solución”*, pero cuando esta actitud es reiterada termina formando parte de la identidad y con esto seguir reproduciendo las mismas practicas socioculturales violentas en otros campos de acción.

Estos jóvenes del comercio ambulante a diferencia de otros grupos tienen otra escala de valores respecto de la vida dando una fuerte importancia a la cuestión económica, es decir, al dinero. La situación de violencia por la que pasan frecuentemente los y las jóvenes ambulantes se relaciona con un modelo de vida, de sociedad y con una forma de expresarse por donde no pasa la palabra y como ejemplo tenemos el uso de la fuerza pública que es la policía para contrarrestar ineficazmente las cuestiones que no sean del

agrado de las autoridades, sabiendo que no es cuestión de poner más policías y por lo tanto de represión sino de otorgar espacios a los jóvenes a donde canalicen sus habilidades incluyendo la calle bien organizada tanto para los comerciantes ambulantes como para los inconformes de esta actividad, pero esto no sólo es para el comercio callejero, sino también para cualquier otro tipo de grupos juveniles de los cuales me estoy enfocando un poco más, ya que en todos se coincide en puntos comunes como son la falta de espacios, empleos, educación, etc.

“ No se que entrenamiento o indicaciones reciban los granaderos, porque al salir agarran parejo. Me a tocado ver que granaderos hombres y no uno ni dos sino varios le peguen a una mujer sola o se la agarren a golpes, siento que eso no tiene cabida. No tienen limites, no les interesa”

(Verónica)⁵³

Las agresiones no sólo son cuerpo a cuerpo sino que se utilizan objetos que son convertidos en armas como son en el caso de los granaderos y grupos de choque vestidos de civiles jugando el papel sorpresa mandados por la delegación Cuauhtémoc, los toletes, los escudos, las botas de casquillo, además de camionetas y hasta motocicletas modelo Kawasaki que son utilizadas para perseguir y en varias ocasiones arrollar (literal y textualmente) a los comerciantes ambulantes que se les dan a la fuga. Por parte de los vendedores callejeros se da uso a objetos tales como piedras, palos, tubos y algunos pistolas clandestinas para tratar de repeler el ataque policiaco.

Cuando el pleito se hace intenso entre las dos partes, las mujeres no participan de manera activa en contra de los granaderos, en su gran mayoría son los hombres los que se enfrentan directamente contra ellos. Cuando este grupo policiaco decide que se deben retirar es cuando están en el clímax de los golpes y ven mal herido a dos o más de sus compañeros, pero si los heridos fueran los contrarios ellos continúan golpeando.

⁵³ Entrevista realizada el día 20 de enero de 2002 en la calle Madero del centro histórico del D.F

Los comerciante ambulantes se preguntan si la violencia física y verbal que emplean los granaderos en contra de su grupo es llevada a cabo por las indicaciones que les dan al salir de sus cuarteles o si son los propios granaderos siendo sólo hombres para este tipo de operativos quienes deciden ponerlas en marcha con la misma fuerza y sin limites ya que no les interesa si es hombre o mujer, si es niño (a) o anciano (a) , si es provinciano (a) o defeño (a), *“agarran parejo”*.

Mucha de esta violencia sin limite y brutal se ve aún más afectada por el estado alterado en que trabaja este grupo policiaco, ya que vendedores informales han notado que elementos de esta corporación vienen *“mariguanos”* durante los operativos, lo que les hace sentir que son *“intocables”* volviendo su comportamiento más violento y muy poco tolerante.

Para los y las negociantes informales este tipo de interacción en ocasiones muy violentas con los granaderos es visto como *“un juego”* en el cual se debe aprender a respetar las reglas y aprender a jugar, tanto de un lado como del otro, llevando un tiempo de uno a dos meses la asimilación de estas reglas. De no ser así no podrá vender ni pertenecer al grupo de ambulantes parcialmente instalados en las calles del centro histórico. Esto es parte de la forma de socialización en el interior del grupo de ambulantes

Este *“juego”* entre ambulantes y granaderos daría por válida la hipótesis de que toda relación de poder o cuando se quiere obtener poder, legitimación y/o presencia se hace a partir de la aparición de la violencia en sus distintas modalidades.

Este juego de poder es claramente ejemplificado en palabras de un entrevistado el cual hace el símil del comercio ambulante y la liga de la siguiente manera:

“Es como estirar una liga, si la aflojas evitas la violencia, ok se llevan las cosas y uno no dice nada, pero hay otras veces en que hay que estirar la liga para defender lo de nosotros y mostrar que no solo ellos pueden imponer”.

(Iram Díaz)⁵⁴

Entendiendo la anterior forma de explicarse, podría decir entonces que la violencia aparece cuando las dos partes involucradas estiran la liga hasta romperla y por lo tanto se da paso a los detenidos, heridos de gravedad y en el peor de los casos los muertos, los cuales no se han presentado de ningún bando hasta ahora.

Cuando se “rompe la liga”, al mismo tiempo se rompe para algunos (as) la oportunidad de seguir trabajando en ese día y según haya sido la intensidad del enfrentamiento dependerá el tiempo en que se les aplique el castigo que anteriormente comenté.

Los granaderos también juegan con las reglas, por ejemplo si a un (a) vendedor se le queda su mercancía fuera de los lugares donde se protegen entre estos lugares se encuentran el centro joyero, joyerías, locales comerciales, edificios, vecindades, entre otros, existe la regla que dice: “a fuera es ganada” y también sería difícil volver a recuperar la mercancía.

En ocasiones los granaderos quieren meterse a detener y quitar mercancía de los ambulantes a donde no tienen permitido entrar, es en este otro momento cuando Jazmín que es vendedora callejera identifica que esa acción ya es violenta porque se está violando una regla del juego que les afecta de manera importante porque los jefes policíacos amenazan a los propietarios de las “*guardidas*” del comercio ambulante con clausurar el local si se permite la entrada a sus negocios a personas con bolsas, cajas o

⁵⁴ Entrevista realizada el día 23 de enero de 2002 en la calle de Madero en el centro histórico de la ciudad de México.

paquetes que sean reconocidos como comerciantes informales, lo cual les quita la oportunidad de poder escapar de los granaderos.

Los medios masivos de comunicación tiene un papel importante ya que van construyendo imágenes estigmatizadas de la actividad del comercio informal combinadas con las imágenes de los y las jóvenes vistos como enemigos y un foco de peligro para la sociedad, lo que da como efecto un rechazo rotundo por parte de los televidentes acriticos lo que favorece a las autoridades para arremeter contra ellos y ellas culpándolos de lo que la propia autoridad son altamente responsables por la falta de políticas públicas en materia de juventud.

La manera en que opera el cuerpo de granaderos es en grupos de 10 a 15 policías para recoger la mercancía y si hay resistencia golpear a un solo comerciante, esto sucede por lo menos dos veces a la semana, siendo aun más peligroso por las mañanas debido a que no hay muchos integrantes del ambulante que lo puedan defender y/o avisar con anticipación de la presencia cercana de granaderos.

“Una vez le quitaron las cosas a mí mamá y me enoje, en eso uno me empuja y yo lo golpeo en la cara y se me echaron encima como cuarenta y me empezaron a pegar aquí en Tacuba y luego luego se fueron ni tiempo dieron que me hicieran esquina”

(Luis)⁵⁵

Para esto los comerciante ambulantes han empleado en todas las calles del centro histórico, que se identifican como lugares donde se lleva a cabo esta actividad informal, una forma de organización para comprar radios intercomunicadores que se le asignan a comerciantes plenamente identificados por ellos (as) para instalarse ya sea desde cada esquina o desde su propio lugar de venta en el primer cuadro del centro histórico que lo forman avenidas principales como son el eje Lázaro Cárdenas, Izazaga, Circunvalación y la calle de Donceles con el objeto de alertar a sus compañeros (as) de la trayectoria que siguen los diferentes operativos.

⁵⁵ Entrevista realizada el día 4 de abril de 2002 en la calle 16 de septiembre en el centro histórico del D.F

Esto muestra la intención de seguir con la actividad del comercio informal hasta que se les ofrezca las soluciones viables tanto para los vendedores callejeros de seguir vendiendo sus productos como para los clientes que gustan de comprar a bajo costo.

Tomando a la violencia como una manera de excluir valores como la igualdad, la tolerancia, el respeto a la dignidad y la autonomía, siendo por ello negativa, la relación violenta que guarda la autoridad con el sector del comercio callejero desempeñado por los y las jóvenes es una relación en donde no se ofrece solución viable al fenómeno que la autoridad misma tiene mucha responsabilidad estructural, sino la solución que toman es de manera represiva con el uso de la fuerza pública que, por tanto, es violenta confirmando su ineficacia y fracaso en la socialización para las negociaciones por medio del diálogo.

Esta violencia entre granaderos y vendedores callejeros se da por la falta de reconocimiento del otro y la contraposición de sus respectivos valores, queriendo dar una solución rápida a este fenómeno del comercio callejero por medio de la fuerza que aparecen como una supuesta *"garantía"* del restablecimiento de una *"armonía social"* dañada en sus fundamentos, es decir, al respeto de los derechos humanos. Pese a todo, la venta informal en las calles no sólo del centro histórico de la ciudad de México viene en aumento por los problemas de la violencia estructural.



Interacción entre comerciantes ambulantes y grupos policíacos.



Operativo contra el comercio ambulante. Centro Histórico del D.F.



Riesgo e inestabilidad en los jóvenes comerciantes ambulantes. Centro Histórico del D.F.

VII. CONCLUSION

A continuación presentaré la información más relevante que obtuve de las categorías de análisis más importantes dentro de esta investigación, tales como la violencia física, el género y la de identidad que englobará a las dos anteriores. Lo cual me permitió conocer más ampliamente los factores que aparecen durante el proceso de la construcción identitaria en los y las jóvenes trabajadores del comercio ambulante, ubicados en las calles del centro histórico de la ciudad de México.

En este mismo apartado comentaré sobre aspectos metodológicos para identificar cuales fueron los alcances y las limitaciones que tuvo el haber optado por cierto tipo de herramientas que me sirvieran como apoyo para el buen desarrollo del trabajo de campo principalmente. El objetivo de retomar las experiencias que tuve durante el trabajo lo hago con la intención de poner en alerta ciertas situaciones que pueden obstaculizar posteriores investigaciones sobre esta misma línea de cultura urbana. Los usos apropiados o no apropiados que se le de a instrumentos de recolección de información, de acercamiento con la población de estudio, lo que conocemos como rapport; las probables fallas que se puedan tener durante el análisis de la información, entre otras, que para trabajos siguientes será de gran ayuda consultar esta reflexión metodológica.

El encuadre tanto de la teoría como lo referente a la metodología fueron fundamentales en mi investigación de tipo psicosocial para dar respuesta a las preguntas de investigación y ver cumplidos los objetivos planteados. Estos dos propósitos englobados me llevaron a dar una respuesta argumentada al planteamiento del problema para dar por satisfecho el trabajo de investigación realizado.

Comenzaré por lo tocante a la parte teórica enfocándome principalmente a lo que se refiere a la identidad de los y las jóvenes comerciantes ambulantes que para esta investigación es la categoría con mayor importancia realizando algunos cruces argumentativos con las cuestiones relacionadas con el género y la violencia física.

REFLEXION TEÓRICA

Me gustaría comenzar diciendo que la identidad social de los y las jóvenes vendedores ambulantes en las calles del centro histórico esta permeada de riesgo e inestabilidad los cuales son compensados por uno de los valores o intereses principales para los y las representantes de este sector que es lo concerniente a lo económico, es decir, *el dinero* visto como forma de alcanzar una supuesta "*independencia*" monetaria y emocional, manifestando con lo anterior la necesidad por querer romper con los vínculos primarios como son las figuras paternas y la de familia.

La manera en que interpreto la percepción de los y las entrevistados es que tanto el trabajo como el dinero son los medios por los cuales esta población de comerciantes quiere alcanzar un rompimiento con las imágenes de autoridad. Debemos recordar que este proceso de buscar una "*liberación*" son asociados con el desarrollo de la juventud el cual se ve nuevamente manifestado por los y las propias jóvenes de esta actividad ambulante.

El reconocimiento y la legitimación como comerciante ambulante será por medio de factores como el tiempo de antigüedad que se tenga en el negocio, la constancia con la que se presenta a trabajar, etc. Esto para poder ser aceptado como miembro del grupo de ambulantes.

Cuando él o la joven comerciante ambulante termina de trabajar se dirigen a su casa para dejar momentáneamente de pertenecer a este sector y poder relajarse, manejar otro tipo de lenguaje y sobre todo dejar de hablar del trabajo cuando haya terminado el día. Esto tiene relación con las diferentes adscripciones identitarias que se ponen en juego al cambiar de escenario social como lo ejemplifica el modelo dramaturgico de Goffman en el cual los individuos actúan en la escena cambiante de la vida cotidiana tratando de presentar cada vez una imagen convincente según la naturaleza de la escena representada y la expectativa del "*público*". De este modo endosan diferentes máscaras

que reemplazan al cambiar la escena, dándonos a entender con la anterior reflexión que la identidad no es única sino múltiple.

“El calo” empleado en esta labor es una característica que puede ayudarnos a entender este proceso ya que esta forma de utilizar el lenguaje solo es exacerbado entre el mismo grupo de referencia y no pasa de igual manera cuando se dirigen verbalmente al otro grupo representado en esta situación por los clientes cambiando ligeramente la forma de comunicarse. Por lo tanto me daría a pensar que por lo menos en la interacción verbal se da una tolerancia y un reconocimiento a la diferenciación social, además, de que cuando existe un interés de por medio a favor de la persona misma, ésta puede cambiar momentáneamente su identidad.

Parecería ser que no solo la clandestinidad se da por ocupar un espacio en la vía pública de manera informal, sino trasciende hasta el uso y la conversión del lenguaje a manera de rima, doble sentido y el albur.

La identidad tiene que ver con las practicas culturales de los grupos incluyendo al de los jóvenes comerciantes callejeros, entre estas se encuentran los estilos de vestir y la música que escuchan. En el caso de los hombres no se percibe una determinada y compartida estética corporal como podría suceder en otros grupos ya sea de cholos, darks, punk, entre otros. Sin embargo, lo más notable en este sentido es con las mujeres jóvenes ya que regularmente utilizan pantalones largos por cuestiones de comodidad y seguridad en el momento de las persecuciones policíacas. En cuanto a la música, las preferencias son heterogéneas, se escucha lo que este de moda en los diferentes estilos ya sea desde la salsa hasta electrónica. Lo anterior me daría a pensar que tanto los estilos de vestir así como los musicales, siempre son por influencias externas y no una decisión de sí mismo (a), es decir, en el caso de la vestimenta podría ser una imposición de la propia actividad que ejercen conjugada con las decisiones de las autoridades institucionales para arremeter contra los y las vendedoras, en el caso de los estilos musicales viene ligado con las influencias de las industrias culturales de consumos juveniles reforzada con la idea promocionada en los distintos medios masivos de comunicación del “*deber ser joven*”.

Ahora me encargare de exponer la información en relación con la violencia dentro de esta actividad la cual juega un papel importante en esta población estudiada.

En el comercio callejero se vive con la incertidumbre y en cierta manera con el temor de la aparición de la violencia entendida como el abuso de cualquier forma de fuerza dirigida a los sujetos, grupos o sociedades, con el fin de someterlos para obtener de ellos lo que de otra manera no podría ser obtenido. Esta sensación se puede percibir cada vez que las y los jóvenes comerciantes callejeros tienden su puesto en alguna banqueta del centro histórico, esperando el momento para levantar rápidamente su mercancía cuando se acerca el grupo de granaderos, de no lograr quitarse antes del arribo de este grupo policiaco se verán en la necesidad de defender su mercancía enfrentándose violentamente con la autoridad.

La violencia en su actividad es un factor al que debemos poner atención debido a que están en contacto frecuente con este problema, pero quizá lo peor es que la están asimilando e incorporando como parte de su identidad, una de las maneras para darnos cuenta de esta afirmación es cuando hablan de la “normalidad” con que ya la perciben.

Están concientes de que se encuentran quebrantando normas institucionales como es el vender en la vía pública pero esto no lo toman muy en cuenta y siguen desafiando a la autoridad la cual no es bien vista ni respetada por estas y estos actores del comercio informal, esto quiere decir que se van desarrollando en una cultura de la ilegalidad, además, con un repudio y desconfianza de las autoridades externas a su grupo de referencia.

Su adscripción identitaria se puede reafirmar por medio de la violencia, esto es comprobable cuando comentan sobre las experiencias de enfrentamientos que han tenido con los granaderos ya que dicen que no sólo es pelear por la mercancía o el espacio, sino también porque sienten el compromiso moral de apoyar, sensibilizarse y solidarizarse con los y las vendedores de su gremio informal cuando son agredidos (as) por la fuerza pública, entonces a el uso de la violencia que al parecer ya han interiorizado se le

considera como un mecanismo de participación válido por el cual se puede pertenecer a este grupo y ser aceptado. Mientras más violento (a) pueda actuar en contra de los granaderos será mayor el reconocimiento ante el grupo de ambulantes por que de lo único que se trata es el de transgredir la norma institucional golpear a un granadero y con esto sentirse admirado (a) por sus compañeros (as). Esa será la recompensa personal y vale la pena asumir el riesgo y el castigo que se le aplique.

Lo anterior los va conduciendo a un estilo de relación basado en el dominio, la fuerza y la agresividad que son valores muy poco edificantes para estos (as) jóvenes que se encuentran en el proceso de formación de la identidad.

Comprendo que cualquiera puede recurrir a un carácter agresivo o violento en determinada situación ya sea para defender el territorio propio o alguna pertenencia de tipo material o afectiva, lo cual no quiere decir que sea justificable acudir a la violencia como forma de “solución”, pero cuando esta actitud es reiterada termina formando parte de la identidad y con esto seguir reproduciendo las mismas prácticas socioculturales violentas en otros campos de acción.

La identidad de estos y estas jóvenes vendedoras informales se relaciona con un modelo de vida, de sociedad y con una forma de expresarse por donde no pasa la palabra, como ejemplo tenemos el uso de la fuerza pública implementada por los granaderos en contra de este sector de comerciantes.

El aprender a jugar y respetar las reglas del “juego” de la violencia como ellos y ellas mismas la refieren, forma parte de la socialización en el interior del grupo de granaderos. Este “juego” entre ambulantes y granaderos daría por válida la hipótesis de que toda relación de poder o cuando se quiere obtener poder, legitimación, presencia o en este caso contribuir a las características identificatorias ya sean grupales o individuales se hace a partir de la aparición de la violencia en sus distintas modalidades.

Los medios masivos de comunicación tiene un papel importante en cuanto al manejo de las identidades en la conciencia colectiva y creadoras de opiniones ya que van construyendo imágenes estigmatizadas de la actividad del comercio informal combinadas con las imágenes de los y las jóvenes vistos como enemigos y un foco de peligro para la sociedad, lo que da como efecto un rechazo rotundo por parte de los televidentes acriticos lo que favorece a las autoridades para arremeter contra ellos y ellas.

Si damos por cierto las anteriores reflexiones estaríamos diciendo que la identidad de las y los comerciantes callejeros esta rodeada, entre otras cosas, por la exclusión de valores como la tolerancia, el respeto a la dignidad, la autonomía , siendo por ello negativo el contexto con el cual se encuentran en contacto directo y frecuente. Con esto no trato de decir que los y las jóvenes de mi población hayan adquirido totalmente estas características negativas solo trato mostrar el ambiente negativo con respecto a los altercados con los granaderos, la falta de reconocimiento del otro, es decir, poner mayor atención en este fenómeno social que viene en ascenso y la contraposición de valores entre autoridades policíacas y comerciantes informales que permea la construcción de su identidad tanto para los hombres como para las mujeres jóvenes dedicados a la venta informal en las calles del centro histórico de la ciudad de México.

Sobre las cuestiones acerca del género en la construcción de la identidad social de dicha población comentaré lo siguiente. Si tomamos en cuenta que la identidad tiene una fuerte relación con el género al que se pertenezca, me gustaría exponer que en este trabajo informal tanto hombres como mujeres se miran como iguales en el sentido de que pueden desempeñar la misma actividad y no encontrar fuertes diferencias a causa de la división en el campo laboral según sea el sexo, rompiendo con la idea que se tenia en donde el hombre era el más indicado para realizar el trabajo público que socioculturalmente es el espacio del reconocimiento y la mujer solo se podría desarrollar dentro del hogar dedicada solamente a la crianza de los hijos.

En lo que respecta a las cuestiones de género podríamos recordar que en la mayoría de los trabajos se les ofrece los puestos de mando a los hombres manteniendo alejada del poder a la mujer pero en este caso del comercio informal se rompe con esta practica sociocultural ya que se pueden localizar a algunas mujeres legitimadas por su antigüedad en el ambiente del comercio informal que fungen como lideres de asociaciones con gran poder. Una de ellas es la señora Alejandra Barrios quien tiene a miles de hombres y mujeres comerciantes a su cargo.

Podemos ver que el comercio callejero ofrece a las mujeres ganar una cantidad de dinero igual a la que pueda percibir un hombre dedicado a esta misma actividad lo que resulta un poco difícil ver en otros centros de trabajo.

En ocasiones las mujeres trabajadoras del comercio informal adquieren una doble identidad sin la necesidad de cambiar de espacio lo que probablemente contradiga al modelo dramaturgico de Goffman el cual dice que cuando el sujeto hace el cambio de "máscara social" es por que se encuentra en otro escenario, lo que en este caso no es así ya que estas trabajadoras ambulantes alternan las dos identidades en un solo escenario. Esto sucede cuando ejercen este trabajo remunerado compaginándola con el de ama de casa (trabajadora y madre) en donde se le permite llevar a su hijo o hija al centro de su actividad laboral para continuar con la crianza que socioculturalmente se le ha determinado. Así mismo se aprecia nuevamente que las mujeres en estas situaciones ejercen lo que se le ha llamado la doble jornada, solo que una es remunerada económicamente y la otra no.

Me parece importante señalar que durante mis observaciones me daba cuenta que difícilmente los hombres comerciantes callejeros llevan a sus hijos (as) a su lugar de trabajo, lo que me daría a pensar que en esta población de estudio se siguen reproduciendo las practicas de creer que la mujer es única y exclusivamente la que se tiene que dedicar a la crianza de los hijos y el hombre el proveedor de la familia para no entrar en una "crisis" de su identidad masculina.

Las percepciones y los discursos que tienen los hombres y mujeres jóvenes comerciantes con respecto a su sexo opuesto se repiten basados en lo construido y aprendido socioculturalmente como lo es en el caso de los hombres al hablar de las mujeres asociándoles conceptos tales como lo afectivo, lo corporal, los sentimientos, la no violencia, la dulzura, la belleza, la sexualidad, tierna, difusa, receptiva, tiene más voluntad, disposición, amor y cariño a lo que hace, se preocupa más, es responsable y muy trabajadora. En el caso de las mujeres al hablar de los hombres se les identifica con la fuerza por cargar más cosas, la valentía, la violencia, la dureza, entre otros;

Cuando los hombres hablan de sus diferencias identitarias con otros hombres van en el sentido del desempeño durante el trabajo , es decir, el mundo competitivo es otro elemento que se vincula con la identidad de estos jóvenes, debido a que no se debe demostrar debilidad ante el o la compañera es por eso que algunos (as) negociantes se instalan más temprano y se retiran más tarde con tal de ganarse un poco más de dinero y con eso el reconocimiento de las y los demás de sus compañeros logrando con ello una diferenciación dentro del mismo grupo.

Pero las principales diferencias que dicen tener entre hombres vs. mujeres, mujeres vs. mujeres, hombres vs. mujeres solo radican en el tipo de mercancía, los precios y la ubicación de su puesto. Mencionando estos (as) jóvenes que dicha actividad junto con las practicas que implica como es el tenderse, vender, gritar, correr, etc. la puede realizar cualquiera de los dos no importando el sexo de pertenencia.

Me da la impresión de que el tipo de relación que se establecen entre los y las jóvenes ambulantes no parte del lado de las características subjetivas sino a partir de las diferencias dentro de la competitividad en el mercado, lo cual viene a introducir nuevas formas de relaciones sociales y dimensiones de diferenciación entre sexos.

Cuando se presentan los conflictos violentos con el grupo de granaderos son los hombres los que “*deben*” participar activamente en estos ya que se dice entre este sector que siempre se “*deberá*” estar a la disposición para demostrar su hombría para poder reafirmar

los supuestos símbolos de fuerza, agresividad y poder que socioculturalmente se ha creído solo le pertenecen al hombre, de esta manera y siguiendo esta idea, las mujeres participan poco en los altercados lo que probablemente tenga vínculo con los estereotipos de debilidad y fragilidad que se le asocia a la mujer, viendo validadas estas ideas en el comercio ambulante las cuales son construidas socialmente.



Jóvenes trabajadores del comercio ambulante en el Centro Histórico de la Ciudad de México.

REFLEXION METODOLÓGICA

Ahora me ocuparé de comentar en forma ordenada, cómo fue avanzando la investigación y de algunos alcances así como limitaciones que surgieron durante la aplicación de la metodología que utilice para esta investigación.

Comienzo por la definición del objeto de estudio en el cual tuve que ponerme a pensar desde donde miraría a esta fenómeno de la ciudad de México, para lo cual tuve que pensar e investigar desde donde ya se había abordado este tema del comercio ambulante, encontrando que solo había sido estudiado desde una perspectiva sociológica y no desde una perspectiva de psicología social que me permitiera conocer la características psicosociales que intervienen para la construcción de la identidad en los propios actores jóvenes de esta labor, esto lo hice con la intención de que mi trabajo de investigación fuera innovador y por lo tanto diferente a otras investigaciones hechas al respecto.

Lo anterior me sirvió para poder determinar cómo hacer el planteamiento del problema y subsecuentemente las preguntas de investigación, así como los objetivos a cumplir.

El marco teórico se construye con base en las categorías que se relacionaban más estrechamente con mi tema de estudio en el cual se habla sobre historia y situaciones por las que ha venido pasando el comercio ambulante en el centro histórico de la ciudad de México. También recurrí a integrar el capítulo de identidad que es el principal eje de mi investigación, relacionado con los capítulos de violencia en el cual doy algunas definiciones de los diferentes tipo de violencia, así como sus posibles reforzadores que se van a manejar en este trabajo relacionadas con el factor juventud que fue la población de análisis de mi interés. El otro capítulo es el de género el cual no puede faltar en los estudios referentes a identidad ya que es aquí donde se muestran algunas actitudes y comportamientos que han sido construidos socioculturalmente tanto para los hombres como para las mujeres y en ciertas situaciones se llegan a repetir estas prácticas establecidas socialmente.

En cuanto a los alcances podría decir que la metodología de corte cualitativa evidentemente fue la adecuada para mi investigación debido a que siempre estuve en contacto con conceptos que en ocasiones resultan ser muy abstractos, a los cuales se les tiene que abordar o trabajar desde una forma descriptivo-interpretativo que me ayudaron para tratar de reinterpretar la realidad social en la que se mueven los y las jóvenes comerciantes ambulantes.

El estudio exploratorio fue conveniente ya que de esta manera pude obtener mayor información sobre las características identificatorias que hacen a esta población desde una postura psicosocial de las cuales no había podido obtener datos en los textos revisados con respecto al tema del comercio ambulante.

De las ventajas que me ofreció la técnica de observación no participativa fue que me permitía tener un desplazamiento más flexible en cuanto a la interacción que teníamos entrevistador-entrevistado ya que los dos sabíamos los objetivos de cada uno y no me obligaron a fingir ser uno de ellos para que me permitieran entrar en el intercambio de información. Así mismo, al momento de realizar la interpretación pude hacer algunas críticas hacia este sector sin sentir algún sentimiento de culpa ya que los lazos afectivos eran de cierta manera controlados por las dos partes. Me gustaría dejar en claro que hacer vínculos afectivos y emotivos no eran indispensables para llevar a cabo los objetivos e intereses de la investigación, sin embargo, lo que sí fue indispensable fue el hacer el rapport por las razones que les comentaré a continuación.

Para el trabajo de campo el rapport fue indispensable para ganar la confianza de la población de jóvenes comerciantes ambulantes que estudié. Esto lo comprobé cuando una buena parte de los comerciantes ambulantes me identificaban y sabían el trabajo que estaba realizando, de esto me pude dar cuenta porque en tres ocasiones los y las jóvenes que pretendía entrevistar se notaban desconfiados ya que creían que venía de la delegación y se comunicaban por radios para dar mis referencias físicas y las intenciones que pretendía para saber si causaba algún peligro para ellos (as), a lo cual respondían algunos portadores de estos radios que son bien reconocidos en este ámbito, que no había problema conmigo y que accedieran a la entrevista. No puedo dejar de comentar

que otro de los instrumentos que fue de gran ayuda durante el trabajo de campo fue el mostrar la credencial de la universidad a las personas que fueron entrevistadas ya que esta disminuía la tensión que les provocaba al pedirles su participación en las entrevistas.

El instrumento que es la entrevista individual en profundidad fue útil para este tipo de recolección de información ya que su misma estructura es flexible porque el entrevistado puede responder o no a las preguntas, además, de poder responder sin ser necesario un lenguaje rebuscado solo se necesita su particular manera de expresar lo que creían pertinente.

Uno de los problemas a los que me enfrenté fue a las constantes interrupciones de las entrevistas debido a los operativos por parte del grupo de granaderos o por los mismos clientes que se acercaban a comprar o a preguntar el precio de su mercancía, pero esto no afectó de manera trascendental en la continuación de la entrevista ya que al retomarla, recuperaba la coherencia del discurso que se estaba gestando.

Las limitaciones de mi primera guía de entrevista fue la de contener muchas preguntas (61) y en ocasiones eran redundantes lo que ocasionó que aproximadamente en la pregunta 40 el entrevistado se notaba agotado y reducía notoriamente su interés por responder a las siguientes, por lo tanto, la tuve que ajustar. Pero la ventaja que me ofreció este instrumento fue el darme cuenta en qué aspectos tenía que profundizar más para no dejar ambigua la información y a su vez la interpretación.

De los problemas que se me presentaron en la interpretación y análisis de la información fue cuando en algunas entrevistas que pretendía interpretar se mezclaron algunas creencias propias que alteraban el sentido del discurso de mis entrevistados, de esto pude darme cuenta cuando regrese al campo a confirmar lo que yo había interpretado de lo cual puse más cuidado en ese sentido. Otro de las complicaciones por las que pase en este mismo sentido de la interpretación y análisis fue que en los primeros intentos lo hacia de manera muy descriptiva, por lo que tuve que acudir a mi marco de referencia para poderme apoyar en la interpretación de los testimonios recolectados durante el trabajo de campo.

BIBLIOGRAFÍA

Álvarez R. Jaime. (1996). "Tiempos de Violencia" área de investigación. subjetividad y procesos sociales. UAM-X.

Erving Goffman. (1995) Estigma la Identidad Deteriorada. Control de la información e identidad personal. Ed. Amonortu. Pp. 56-125.

Giménez Gilberto. (1992) "La Identidad Social o el Retorno del Sujeto en Sociología". Revista "Versión" UAM-X Pp. 183-205

Horowitz, D.L., (1975). "Ethnic Identity., Harvard university, pp. 115-116.

Kenneth W. Grundy. (1976) Las Ideologías de la Violencia Ed. Tecnos

Kimmell Michael. S.(1997) "homofobia, temor, vergüenza y silencio en la identidad masculina", Ediciones de las mujeres No. 24.

Martha Lamas "La antropología feminista y la categoría "género"

Monnet Jerome, Usos e imágenes del centro histórico de la ciudad de México. D.D.F y centros de estudios mexicanos y centros americanos. 1995.

Nateras, D.A., (1999). "De Cuerpos Urbanos Violentados" Revista de Estudios sobre Juventud, art.. Nueva Época Año 3, #8, ENE-JUN 1999. P.136

Pascual, M. Seminario "Brecha de Costa Rica" en 1999.

R.W. Connell. (1997) "La organización social de la masculinidad", Ediciones de las mujeres No.24.

Reguillo, R. "Violencias Expandidas" Revista de Estudios sobre Juventud, art. Nueva Época Año 3, #8, ENE-JUN 1999. P.136

Ruiz Olaguenaga.(1989) La descodificación de la vida cotidiana Bilbao España.

Seidler Victor J. " Los hombres heterosexuales y su vida emocional"

Scott Joan W. En traducción "El género: una categoría útil para el análisis histórico"
American Historical Review 91.

Turner, J (1990). Una Teoría de la categorización del yo. Redescubrir el grupo social. ed.
Morata. Pp. 73-105.

ANEXO I.

GUIA DE ENTREVISTA INDIVIDUAL EN PROFUNDIDAD

TEMA: CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD EN L@S JOVENES TRABAJADORES DEL COMERCIO AMBULANTE EN EL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE MÉXICO

Soy alumno de la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa y estoy realizando un trabajo con respecto a los jóvenes trabajadores del comercio ambulante en la ciudad de México, por tal motivo necesito realizar algunas entrevistas que me ayuden a obtener información para mi trabajo, es por esto que pido tu colaboración la cual será completamente confidencial y con uso estrictamente escolar.

CATEGORIA: DATOS GENERALES

Nombre

Edad

Escolaridad

Lugar de nacimiento

Lugar donde habita.

CATEGORÍA: JÓVENES COMERCIANTES AMBULANTES

INDICADORES:

Percepción de juventud

Prácticas culturales

Interacción entre jóvenes comerciantes ambulantes.

Desempeño personal.

Expectativas a corto y a largo plazo.

POSIBLES PREGUNTAS:

- 1 ¿Cuáles son las características que tienen los jóvenes?
- 2 ¿En que se diferencia un joven de un adulto?
- 3 ¿Qué tipo de música escuchas?
- 4 ¿De que tipo no te gusta?
- 5 ¿De que forma te gusta vestirte y por que?
- 6 ¿A dónde te gusta salir a divertirte? y ¿con quien?
- 7 ¿De que te gusta platicar?
- 8 ¿De que temas te gustaría conocer?
- 9 ¿Cuales te aburren?
- 10 ¿Qué es lo que piensas cuando llegas a poner tu puesto?
- 11 ¿Cuándo ya estas instalad@? Y ¿cuando te vas en qué es lo que piensas?
- 12 ¿Cuándo ya estas en tu casa en que piensas?
- 13 ¿Cómo piensas que va a ser el día siguiente?
- 14 ¿Qué piensas de ser trabajador@ ambulante?
- 15 ¿Qué crees que vas a estar haciendo dentro de cinco años?
- 16 ¿Qué palabras o formas de hablar utilizan para ofrecer sus productos? ¿qué significan?
- 17 ¿Con que intención lo dicen?
- 18 ¿Cuándo no estas trabajando hablas de la misma manera?

CATEGORIA: COMERCIO AMBULANTE

INDICADORES:

Descripción.

Definición.

Diferencias con los otros empleos.

Familiaridad con esta actividad.

Situación.

POSIBLES PREGUNTAS:

- 19 ¿Cuánto tiempo llevas en el comercio ambulante?
- 20 ¿A que te dedicabas antes de ser comerciante ambulante?
- 21 ¿Por qué decidiste ser comerciante ambulante y no otra cosa?
- 22 ¿Tus amigos y familiares que te dicen de que trabajas en esto?
- 23 ¿Alguien más de tus amigos o familiares se dedican a este trabajo?
- 24 ¿En que lugares has ejercido este tipo de trabajo?
- 25 ¿En donde se vende más?
- 26 ¿De que depende que la venta este baja o alta?
- 27 ¿Dn que otro trabajo te gustaría estar? Y ¿por qué?
- 28 ¿Para ser comerciante ambulante que es lo que se necesita hacer?
- 29 ¿Qué es lo que no te gusta de ser comerciante ambulante?
- 30 ¿Qué es lo que te molesta más de tu trabajo?
- 31 ¿Qué es lo que se disfruta de ser comerciante ambulante?
- 32 ¿Me gustaría que me platicaras como es un día de trabajo para ustedes?
- 33 ¿Para ti que es el comercio ambulante?
- 34 ¿Tú crees que el que se dedica a este trabajo puede vivir bien económicamente?
- 35 ¿Cuáles serían las diferencias entre este trabajo y otros que hayas realizado?
- 36 ¿Qué es lo que te motiva para seguir siendo comerciante ambulante?
- 37 ¿Hasta cuando crees seguir desempeñando esta actividad?
- 38 ¿Cuál(es) serian las razones para que tu dejaras de trabajar en esto?
- 39 ¿Piensas que hay la manera de sobresalir siendo comerciante ambulante?

CATEGORÍA: IDENTIDAD Y GÉNERO

INDICADORES:

Autoreconocimiento personal.

Diferencias y semejanzas entre hombre y mujer.

Grupo de referencia.

POSIBLES PREGUNTAS:

40 ¿Cuáles son las características que te hacen diferente a l@s demás hombres (mujeres) en general?

41 ¿Cómo comerciante ambulante que es lo que te hace diferente de tus propios compañer@s de la misma zona?

42 ¿Y de l@s de otra zona?

43 ¿En que te pareces a l@s hombres (mujeres) de aquí mismo?

44 ¿En que te pareces con l@s de otra zona?

45 ¿Con quien te sientes más a gusto?

46 ¿Cuándo alguien de tus compañeros te cae mal que haces o que le haces?

47 ¿Y si es de otra zona del comercio ambulantes?

48 ¿Cómo se diferencia un comerciante ambulante de otro?

49 ¿Qué piensas sobre l@s mujeres, hombres?

CATEGORÍA: VIOLENCIA FÍSICA

INDICADORES:

Factores o motivos

Experiencia

Autoridad.

Anécdotas.

POSIBLES PREGUNTAS:

50 ¿Cómo identificas cuando existe violencia?

51 ¿Me podrías contar una experiencia de violencia que hayas tenido en el comercio ambulante?

52 ¿Cuántas veces por semana pasa esto?

53 ¿En que situaciones agreden ustedes al cliente?

54 ¿Has tenido alguna experiencia de haberte enfrentado a un arma punzo cortante y/o de fuego durante tu trabajo?

55 ¿Por qué motivos aparece la violencia en tu trabajo?

56 ¿Quiénes son los que comienzan la violencia? Y ¿cómo la ejercen?

57 ¿Con quien se aprovechan más? Y por que crees?

58 ¿En que momento se para la violencia?

59 ¿Qué se hace después?

60 ¿Entre ustedes se ha dado la violencia y por que motivos?

61 ¿Cuál es la diferencia de enfrentarse a la policía que enfrentarse entre los propios comerciantes?

ANEXO 2

PILOTEOS Y AJUSTES DE LAS GUÍAS DE ENTREVISTA

El piloteo de la guía de entrevista individual # 1 correspondiente al trabajo realizado con la maestra Carmen Mier se llevo a cabo el 9 de octubre del 2001 en el eje central Lázaro Cárdenas haciendo 3 entrevistas de las cuales dos fueron a hombres y una mujer. El tiempo de respuesta en cada entrevista era de entre 15 a 20 minutos. El tipo de ajuste que se le aplico fue dando la orientación a la nueva técnica utilizando categorías, indicadores y posibles preguntas, lo cual facilitó la comprensión para el análisis de contenido.

El siguiente piloteo de la guía de entrevista individual # 2 se llevó a cabo el día 8 de noviembre del 2001 en el eje central Lázaro Cárdenas, se realizaron cuatro entrevistas con dos mujeres y dos hombres. Cada entrevista constaba de 73 preguntas con un tiempo de respuesta que era de entre 25 a 35 minutos lo cual generó que aproximadamente en la pregunta 60 los entrevistados se notaban un poco cansados y ansiosos lo que provocó que perdieran un poco la atención en la entrevista, por lo tanto, lo más factible era tratar de reducir el número de preguntas dejando las más significativas tanto para el entrevistado (en una ocasión al final de la entrevista uno de los entrevistados me hizo el siguiente comentario *“tus preguntas están muy buenas”* como para el entrevistador basándome en el criterio de que la información no se repitiera. El ajuste de la guía se hizo a partir de las preguntas que no eran muy claras para los entrevistados, las que se respondían de manera similar a otras, las que eran demasiado largas, se eliminaron las que descontextualizaban la temática y se incluyeron otras nuevas con base en la información que se recolectaba, así como hubo un cambio de posición para que llevara cierta coherencia de lo que se estaba hablando. Otra de las cosas que sucedieron es que al estar entrevistando se escuchaban silbidos que alertaban de la presencia cercana de granaderos por lo cual momentáneamente se tenía que suspender la entrevista lo cual no afectó en la continuación del proceso de entrevista.

AJUSTE DE LA GUÍA

Se le agrego la pregunta: ¿En qué se diferencia un joven de un adulto? debido a que para hablar de los jóvenes me pareció conveniente hacerlo a partir de lo que es “no ser joven” que en este caso sería el adulto.

Se quito la pregunta: ¿cuáles son los temas que más te interesan platicar? Ya que esta era contestada con la pregunta ¿de que te gusta platicar?

Se retiro la pregunta: ¿cuáles son de los temas que no te gusta hablar? Porque no era muy entendible, además, se les facilitaba más la pregunta que contenía la palabra “aburrido” que tiene relación con esta que se eliminó.

La pregunta: ¿tienes algún tipo de creencia en algo o en alguien? Y ¿por qué? Se eliminó por considerarla no pertinente ya que descontextualizaba la temática.

Las preguntas: ¿cómo te ves dentro de cinco años? y ¿qué crees que vas a estar haciendo? Se juntaron porque se daba la misma respuesta en las dos cuestiones. Quedando de la siguiente forma ¿qué crees que vas a estar haciendo dentro de cinco años?.

La pregunta ¿pláticame de la manera cómo habla el comerciante ambulante cuando esta ofreciendo sus productos? Y ¿ustedes tienen palabras que parecen ser utilizadas solo por ustedes méncioname algunas? ¿crees que son ofensivas? ¿qué significan? Fueron sustituidas por la siguiente: ¿qué palabras o formas de hablar utilizan para ofrecer sus productos? ¿qué significan? Y ¿con que intención lo dicen?

La pregunta: ¿cuánto tiempo llevas en el comercio ambulante? Y la ¿por qué decidiste ser comerciante ambulante? (modificándola esta última, además de sustituir la pregunta ¿por qué dejaste de hacer ese otro trabajo? por tener un mismo sentido) Cambiaron de posición con la intención de empezar con antecedentes de cómo empezó a ser comerciante ambulante.

Se agregó la pregunta: ¿de qué depende que la venta este baja o alta? Ya que esta respuesta aparecía en las entrevistas realizadas para el piloteo de la guía.

Se eliminó la pregunta: ¿qué trabajo crees que deje más ganancias y por qué? debido a que las respuestas eran muy parecidas con: ¿en que otro trabajo te gustaría estar? Y ¿por qué? incluso lo entrevistados decían “es como te dije hace rato”. Quedando: ¿en que otro trabajo te gustaría estar? Y ¿por qué?.

La pregunta: ¿para tí qué significa realizar esta actividad? Se quito por que causaba confusión la palabra “significa” dejando la siguiente: ¿para tí que es el comercio ambulante? que era más entendible y se obtenía el mismo sentido.

Se agrega la pregunta: ¿qué es lo que te molesta más de tu trabajo? Se incluyó por la razón de que los entrevistados mostraban mayor preocupación por los granaderos que por vender sus productos.

Se cambio la pregunta: ¿qué me podrías decir de la situación por la que pasan a diario? Por la siguiente: ¿me gustaría que me platicaras como es un día de trabajo para ustedes? Ya que la primera no era muy clara y me hacían comentarios como “¿la situación de qué o como?”.

La pregunta: ¿cómo te sientes al trabajar en este actividad? fue eliminada a razón de que era contestada con las ya consideradas: ¿qué es lo que no te gusta de ser comerciante ambulante? Y ¿qué es lo que disfrutas de ser comerciante ambulante?

La pregunta: ¿se gana bien en esto? se elimina porque es contestada de forma similar por las preguntas: ¿tú crees que el que se dedica a este trabajo puede vivir bien económicamente? Y ¿de qué depende que la venta este baja o alta?

La pregunta: ¿cuáles son las principales causas por las que hay algún tipo de separación entre todos los comerciantes ambulantes del centro histórico? Fue eliminada por ser confusa probablemente por lo larga.

Se agrega la pregunta: ¿cómo identificas cuando existe violencia? Con la intención de conocer como ellos definen la violencia.

A la pregunta: ¿cuántas veces por semana te enfrentas a esto? Solo se le cambio un poco la redacción quedando así: ¿cuántas veces por semana pasa esto?

Se cambia la redacción de la pregunta ¿cuándo aparece la violencia física dentro de su actividad?, ¿por qué motivos se da?, ya que se repite la misma pregunta quedando así: ¿por qué motivos aparece la violencia en tu trabajo?

Las preguntas: ¿cuáles son los motivos para responder la agresión? y ¿cómo y con quien responden? Se contestan con las anteriores: ¿por qué motivos aparece la violencia en tu trabajo? y ¿quiénes son los que comienzan la violencia? Y ¿cómo la ejercen?

La pregunta: ¿y cuando vuelve a suceder que hacen? Se elimina porque las respuestas de los entrevistados son similares y tal vez circulares como por ejemplo contestan: “pues lo mismo” con un tono de voz muy desinteresado.

La pregunta: ¿en qué situaciones agreden ustedes al cliente? Solo cambia de posición por que descontextualiza al final.

Se termino con un total de 65 preguntas que contiene la guía de entrevista individual # 3

PILOTEO 3

El reporte de piloteo #3 se realizó el día 12 de noviembre llevando a cabo 2 entrevistas con 1 un hombre y una mujer en la cual percibí algunos detalles por ajustar bajo los mismos criterios utilizados en los anteriores pilotesos, sin embargo, la mayoría de las preguntas eran contestadas con facilidad por parte de los entrevistados. Me parece importante mencionar que en algunas entrevistas aparece información que da pauta para poner otra(s) pregunta(s), pero a mi consideración no serían necesarias integrarlas a la guía ya que de hacer esto, lógicamente aumentaría el número de preguntas y así mismo el tiempo de respuesta lo que me regresaría a los problemas con los que me enfrente anteriormente. Además, de no ser indispensables por la razón de que la información que arrojan viene implícita en otras preguntas ya consideradas.

AJUSTE DE PILOTEO

Se fusionan las preguntas: ¿cómo son los jóvenes para ti? y ¿qué es lo que haces como joven? debido a que se obtenían respuestas muy similares, además de ser un poco confusa para los entrevistados, quedando la siguiente pregunta: ¿cuáles son las características que tienen los jóvenes?

La pregunta: ¿y tú cómo te consideras que eres? Se descarto por ser ambigua para los entrevistados ya que hacían el comentario siguiente: “¿cómo, cuando, no te entiendo bien?”.

Se logro reducir el numero de preguntas de la guía de entrevista # 4 a un total de 61 reactivos lo que por consecuencia dio una reducción en el tiempo de respuesta que llegó a ser entre 20 a 23 minutos aproximadamente.

ANEXO 3

GUÍA DE ENTREVISTA # 2

- 1.- ¿Cómo es el o la joven comerciante ambulante?
- 2.- ¿Cuál es un buen lugar para vender?
- 3.- ¿Aspiras a establecerte en un lugar fijo? Y ¿por qué?
- 4.- ¿Cuales son las razones por las que ustedes mismos rechazan a otro comerciante ambulante?
- 5.- ¿Como se obtiene el reconocimiento de comerciante ambulante?
- 6.- ¿Cuales son las cosas que ustedes estarían dispuestos a hacer a cambio de que los dejen trabajar en la vía pública?
7. Me podrías comentar sobre la libertad que supuestamente les da el comercio ambulante, es decir, ya que si es un comercio tienes que estar ahí mismo atendiéndolo todo el tiempo perdiendo la libertad que tus compañeros mencionan.
- 8.- Si no tienen prestaciones como en un trabajo oficial, que es lo que obtienen a cambio.
- 9.- ¿El dinero que se gana aquí es más fácil y rápido?
- 10.- ¿De que forma se elige a los y las líderes del comercio ambulante?
11. ¿Cuál sería la contraparte del comercio ambulante?
12. ¿Qué es lo que une a los comerciante ambulantes?
13. ¿Por qué no utilizan la banqueta que esta frente a ustedes?
- 14.- ¿Por que algunos granaderos que se encuentran parados en las esquinas o incluso a un lado de ustedes no les quitan su mercancía?

Con esta guía se realizaron seis entrevistas más a la población antes especificada, de estas cuatro fueron a mujeres y dos a hombres, con un tiempo de respuesta total de 15 minutos aproximadamente por cada entrevista. Se llevaron a cabo con la intención de profundizar más sobre las preguntas anteriormente hechas y basadas en el análisis de las seis primeras entrevistas.

