

XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires, 2009.

# La construcción social de la confianza en los mercados informales.

Eduardo Chávez Molina.

Cita:

Eduardo Chávez Molina (2009). *La construcción social de la confianza en los mercados informales. XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-062/1291>

*Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.*

# La construcción social de la confianza en los mercados informales

**Eduardo Chávez Molina**

*Sociólogo*

*Dr. en Ciencias Sociales*

*Investigador en el IIGG,*

*Facultad de Ciencias Sociales (UBA)*

*Docente de la carrera de sociología FSOC / UBA*

*Profesor asociado de la carrera de sociología*

*Universidad Nacional de Mar del Plata*

*echavez@mail.retina.ar*

## Introducción

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

---

<sup>i</sup> Este artículo ha tenido lugar en el marco institucional de un proyecto de investigación, Proyecto FONCyT - PICT N° 33737 Reproducción social de la nueva marginalidad urbana, Articulación de prácticas de subsistencia y prácticas de acumulación en un sistema social dual y fragmentado, dirigida por el Dr. Agustín Salvia.

reglan los intercambios y organizan las prácticas, y de investigar cuál es el tipo de relación social que garantiza y soporta las condiciones de reproducción de la feria.

¿Por qué observar a los feriantes? Porque la actividad de los feriantes, y la configuración socio espacial que crean con su actividad señala un hecho social de interés científico, los feriantes son una expresión de aquellas ocupaciones que pueden ser analizadas como “marginales” o “informales” (por ausencia del estado, por ingresos bajos, por bajo nivel de capitalización, por la pérdida de certidumbre a la temporalidad a sus acciones, etc.), y que son observables directamente en el espacio público. Son actividades que se muestran en la superficie de las prácticas sociales como fenómeno social, y es en esas prácticas en que se agudiza la mirada, para observar los basamentos sociales que dan consistencia a las intercambios sociales y económicos en el mundo de la feria, entendida a la vez como un complejo entramado social de base territorial.

¿Por qué es importante estudiar estas prácticas sociales?, porque las prácticas sociales de un agente o de una clase de agentes, dependen de las posibilidades específicas que posea, y de las posibilidades que están en relación a sus capitales y a sus trayectorias, pasadas y presentes. Entendiendo sus prácticas es posible describir las diferenciales de oportunidades y resultados, que dan cuenta de posiciones heterogéneas al interior del campo social de la feria. Y siguiendo a Bourdieu, es posible apreciar en las prácticas de la feria, como es de suponer en otros ámbitos, ya sea en el respeto o no a las normas explícitas, las estrategias en defensa de los intereses ligados a la posición que se ocupa en el campo de juego específico, todo sin ser necesariamente el agente social consciente de este mecanismo.

La hipótesis que guía este trabajo, plantea que en las prácticas sociales en la feria, que implican procesos de intercambio social y económico, en un contexto de relaciones informales, en el sentido de una baja o híbrida presencia de instituciones regulatorias formales o informales entre las partes, existe un mecanismo social que permite dar perdurabilidad, consistencia y envergadura a los intercambios, que se construye en base a la confianza social.

---

desarrollándose por el equipo Cambio Estructural y Desigualdad Social, del Instituto de Investigaciones Gino Germani, de la Facultad de Ciencias Sociales, de la Universidad de Buenos Aires.

### ***Las ferias.***

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

Gestionar, armar o insertarse en una red de relaciones que les otorguen en el corto y mediano plazo beneficios implica conexiones útiles, contactos personales que aseguren o faciliten el acceso a este tipo de ocupaciones, y a un mejor posicionamiento físico al interior de la feria.

Desde allí es oportuno hablar de las prácticas sociales, dicha noción, se inscribe en el debate conceptual sobre una teoría de las prácticas, de la acción y los sentidos y orientaciones de la acción (Weber, 1993, Giddens, 1986, Bourdieu, 2004, Val Burris, 1993, Alexander, 1997 entre otros) y donde numerosos estudios han dado un rico y vasto aporte a las ciencias sociales, desde perspectivas teóricas y empíricas sobre la teoría de la acción.

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

Por lo cual se entiende a las prácticas sociales, en términos de estrategias implementadas por los agentes sociales (consciente o no) en defensa de sus intereses ligados a la posición que ocupan (por relación al capital acumulado) en el campo que es objeto de análisis, en nuestro caso particular, la feria callejera de Solano.

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

La feria muestra además sus signos y códigos propios del montaje de un espectáculo. Hay una puesta en escena colectiva, donde cada feriante, en cada puesto específico cumple un rol determinado, en una escenificación diaria, a partir del cual va corriendo el telón de apertura, para dar inicio a las transacciones y al intercambio social.

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

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

Y la feria no es tan solo puestos, alimentos, vestidos y herramientas, es también olor a carbón y aceite, para acompañar las continuas escenas, la presencia de micro-espectáculos: músicos, magos, pintores, truhanes de las apuestas y exhibidores de iconos milagrosos, cuyos contenidos conjugan una visión y una expresión propia del lugar: el lugar de la cumbia en el acerbo musical, la magia y el tahúr, la pintura basada en la copia de la figuras de Walt Disney, las cruces talladas y los muñecos de cerámica que representan al “gauchito gil”.

Dentro de la feria, cada actor va jugando un papel distinto y cada vez diferentes: productor, vendedor, feriantes, espectador, entre otros. Es una ceremonia colectiva, donde alguno a la vez es actor y espectador, en ese sentido Michelle De la Pradelle dice “el efecto de seducción que ejerce así el mercado callejero explica sin duda porque la sociedad mercantil, sin tener de él verdadera necesidad, se complace en tenerla” (De la Pradelle, 1996).

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

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

En la feria, la confianza social aparece como el sustento de las transacciones, y que garantiza la perdurabilidad de las prácticas en su interior. La confianza no aparece como un valor colectivo débil, muy por el contrario, se sostiene en base al fortalecimiento de la trama social de la feria, y del barrio donde se inserta. La modalidad de la regulación pública, la organización comunitaria, la costumbre y la tradición de la feria en sí, los actores individuales y el territorio<sup>ii</sup>, constituyen los elementos, que dan la base institucional a la concreción de la confianza.

En la feria, la confianza es definida sobre la base de que se puede demostrar que una persona es coherente y previsible en sus acciones en el curso de su vida social comunitaria. La confianza es por lo tanto un testimonio comportamental, es una apreciación proveniente del exterior, y una certificación pública. La confianza juega un rol de soporte de las expectativas compartidas por el conjunto de los participantes en un intercambio, y ellos se mantienen hasta que son violados, hasta que son rotos, vulnerando la confianza.

### ***La confianza***

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

Toda transacción comercial tiene en sí misma un elemento de confianza, “ si no se tuviera confianza en que el dinero puede ser intercambiado por productos, no habría posibilidad de

---

<sup>ii</sup> La noción de territorio implica la heterogeneidad y complejidad del mundo real, sus características acerca del tipo de conocimiento, los actores territoriales, tanto públicos, empresariales como sociales, y su movilización en torno a estrategias y proyectos diversos, así como la existencia y acceso a los recursos estratégicos para el desarrollo local.

mercado; si no se tuviera confianza en un amigo no lo seguirá siendo mañana, no existiría la amistad”. (Millán y Gordon, 2004)

La confianza permitiría en efecto que se den relaciones e intercambios con un costo de transacción menor: “Si el cálculo para ocuparnos de todos los asuntos que implican relacionarnos con otros estuviera puesto exclusivamente en las necesidades de factores de coerción, el número de interacciones sociales y las de cada persona decaería drásticamente y, con ello, la productividad general y la eficiencia de las instituciones”. (Putnam, 2002).

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

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

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

Este tipo de análisis sobre las prácticas sociales, permite observar la mediación de las redes sociales en el posicionamiento en la estructura de la feria y el lugar que suple cuando encontramos débiles regulaciones en los intercambios o por otro lado compensando y legitimando las interacciones de carácter informal.

Una red debe ser entendida “generalmente como un tipo específico de relación, que vincula a un conjunto de personas, objetos o eventos” (Szarka, 1998). Dichas relaciones pueden estar basadas en personas o instituciones, y el punto de referencia puede variar entre la unidad económica y el

agente como tal. Son clasificadas de acuerdo a la proximidad de esas redes, al carácter institucional y al tipo de intercambio.<sup>iii</sup>

*Varios autores han planteado (Granovetter 1973, Putnam 2002, Coleman, 1990, Debel, Mamlouk 2004, Lubman 2005), desde diversas perspectivas el rol de la confianza como un componente importante en el proceso de garantizar interacciones a través del tiempo, y rol preponderante en la constitución de capital social, y del fortalecimiento de las redes sociales.*

Sin embargo, pocas veces en la literatura Latinoamérica de las ciencias sociales se le ha dado el estatus teórico de relevancia a la confianza para explicar o entender determinado tipo de prácticas sociales.

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

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

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

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

---

<sup>iii</sup> Las relaciones sociales o de proximidad se centran principalmente en las características del actor económico, en sus lazos de amistad basados en la confianza. Se expresan en la familia, los amigos, los vecinos, que permiten un primer nivel de relaciones, las cuales pueden articularse en forma directa o indirecta con la unidad económica. En muchos casos, la familia constituye el núcleo del cual se obtiene la fuerza de trabajo necesaria para el funcionamiento de la actividad económica, y además el lugar donde se toman las decisiones.

Las relaciones institucional burocráticas o de comunicación, están constituidas por el conjunto de aquellas organizaciones con que la unidad económica establece vínculos no comerciales que dan forma a sus actividades de negocio, como consultores y asesores, gobiernos locales y centrales, y sus agentes. Las relaciones pueden estar ceñidas a regulaciones de los diferentes niveles de gobierno; pueden ser de asistencia y promoción, pública o privada, y de información, que permite tomar en mejores condiciones estrategias a seguir por parte de la unidad económica.

Y por último las relaciones de intercambio o mercantiles, lugar donde la literatura económica ha sido más vasta (Julien 1998, Szarka 1998), y en cuyo caso la unidad de análisis explícitamente es la empresa. Las relaciones se establecen a partir de la red que se genera en los procesos de transacciones comerciales, que son el soporte material del taller, ya que comprenden intercambios monetarios, de mercancías, financieros. “El núcleo de la red de intercambio está constituido por las contrapartes de negocios de la empresa, es la red de producción” (Julien 1998, Szarka 1998). Esta red está conformada por los proveedores, los clientes, instituciones financiadoras tanto de crédito formal o informal.

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

También la confianza es vista como una intención o creencia. Otras definiciones acentúan sobre dos aspectos más conocidos del concepto, en términos de un atributo personal: primero ponen el acento sobre las creencias y segundo sobre las intenciones. Por ejemplo, Mc Knightt concibe la confianza simplemente como “la creencia de alguien y su voluntad de depender de otra persona” (McKnight, 1998 en Derbel y Mamlouk, 2003).

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

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

*b) La confianza como la expresión de un comportamiento honesto.*

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

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

La confianza es asociada a la palabra y a la credibilidad del compromiso. Ella se revela como coherente entre el decir y el hacer, la confianza debe ser sentida como un juego personal y confidencial sobre las intenciones y móviles de otra persona y sobre la sinceridad de sus palabras.

*c) La confianza como la expresión de una situación de precariedad.*

Las características fundamentales de esta descripción, es que la confianza interpela los factores que hacen presión sobre la situación, más que interpelar los actores que están implicados, la confianza aparece como el conjunto de las expectativas compartidas por el conjunto de los participantes en un intercambio, y ellos se mantienen hasta que son violados. (Derbel y Mamlouk, 2004)

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

La confianza es una aceptación del riesgo asociado al tipo y a la profundidad de la interdependencia en una relación dada. Por ejemplo el feriante de conservas sin autorización sanitaria, del cual se desconoce la forma de la producción, vende su producto a un cliente, quien tiene interés en aceptar una oferta del producto para satisfacer su apetito y su gusto por la conserva. Pero, ¿puede aceptar cualquier producto, cualquier conserva?, El tiene confianza y es una alternativa ante la posibilidad de satisfacer su deseo de comerla.

*d) La confianza como un arreglo institucional.*

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

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

Se puede distinguir dos formas de confianza institucional:

- En términos de predicción racional , en la que los agentes ponen el acento sobre la obtención y análisis de información a fin de proyectar los eventuales consecuencias futuras de ciertos eventos.
- En términos de especulación, donde la confianza puede traducirse en un sentido del cálculo, una suerte de optimización relacional en la medida que un individuo no elige sus colaboradores de modo arbitrario; al contrario esta elección está fundada sobre el cálculo que reduce la incertidumbre y el daño.

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

### ***1º Soporte: Identidad, crédito y confianza colectiva***

La fuente propia de financiamiento de los feriantes es el “pasanako” o cadena crediticia, que consiste en la agrupación de varios feriantes que colocan en un «pozo» común semanal una determinada cantidad de dinero (cantidad de semanas de acuerdo a los integrantes del círculo de ahorro), y sortean el orden en los cuales los integrantes uno por vez, se llevan ese «pozo». La garantía de cumplimiento está dada por las relaciones cara a cara de los feriantes, el compadrazgo y la amistad o el compañerismo de largos años de conocerse en la feria. El no cumplimiento implica el desprecio y el aislamiento social de los otros feriantes que pesa coercitivamente sobre quien escapa a estas reglas no escritas.

Esta práctica, según pudo relevarse a través de entrevistas, tiene su origen en la comunidad boliviana, cuyos procedimientos se basan en la cultura aymará, de recolección, y distribución igualitaria de los bienes de la comunidad, regida por la lógica colectiva de la distribución, e individual de la producción, cuyo soporte identitario social, basado en el pueblo como un colectivo, permitía reglar el momento de la distribución (al que no tiene papas, al que no tiene maíz, al que ni tiene cabras, etc.)

Este resorte político-financiero, se monetariza en el contexto de la feria, del mercado callejero libre y competitivo, pero tiene el mismo peso social y ético: desprecio comunitario a quien no cumple con la palabra de pertenecer al “pasanako”, honor y respetabilidad a quien salda con recursos sus compromisos asumidos en la red. Por otro lado, el lugar de feriante constituye un

elemento identitario central, más allá incluso que el étnico, ya que es el que le da el fundamento social a la constitución del “pasanako”.

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

Entre los feriantes existe un gran sentido de pertenencia a la actividad, consideran que es una actividad que brinda un sustento económico suficiente, en la cual pueden crecer y proyectarse a futuro. Privilegian el sentido de cierta “libertad” al realizar una actividad de la cual son sus propios patrones. Es común que entre los feriantes uno de los puntos más destacados en defensa y reconocimiento de la actividad sea el compañerismo y la amistad entre pares, producto del hecho de compartir el tiempo y las preocupaciones con gente que esta en situaciones parecidas a las suyas.

También hay cierta visión de que es una actividad con menos sacrificios que otras existentes, muy valorizado en contextos de alta desocupación. Por otra parte, el grado de solidaridad entre pares es muy alto. El riesgo que acarrea una actividad que depende de una venta diaria rentable requiere una fuerte red de articulación que minimice las situaciones que conspiran contra estos objetivos.

## ***2 ° Soporte: el consumo.***

Cabe hacerse la misma pregunta, ¿de dónde vienen los que compran en la feria, quiénes son, en qué trabajan, y por qué compran?

Se parte de la siguiente premisa: el consumo es el uso que hace el hombre y la mujer de los bienes o servicios que están a su disposición con el fin de satisfacer sus necesidades.

Estos bienes o servicios tienen utilidad para el hombre precisamente por su capacidad de satisfacer sus necesidades. Y de acuerdo a planteos de la economía clásica, el comportamiento del consumidor dependería de 3 variables:

1. El precio de los bienes que desea consumir. Cuánto más bajos sean los precios, más consumirá y al revés.

2. El nivel de los ingresos del consumidor. Si aumentan sus ingresos consumirá más, y al revés.
3. De los gustos personales del consumidor. Consumirá más lo que más le guste. Esto sería algo subjetivo, porque la satisfacción que se obtiene al consumir un bien depende de cada uno.

Esta definición parte de un supuesto instrumental: la racionalidad del sujeto, y su capacidad de “rational choice”, el “homo oeconomicus” en el evento mismo del consumo.

Sin embargo, esto no es tan así en el marco, por lo menos de la feria, en donde valores y prácticas económicas están indisolublemente unidos y se expresan en las relaciones sociales, que conducen las formas de establecimiento de relaciones sociales en las actividades productivas, de intercambio y de consumo.

Marx, Weber, Polanyi, Sahlins, (Del Corral., 2006) relativizan esta idea, y plantean la necesidad de socializar y culturalizar el consumo, en tal sentido Bourdieu dice “una invención escolástica del mundo que se plasma en el mito del ‘homo oeconomicus’ y en el ‘rational action theory’, forma paradigmática de la ilusión escolástica que induce al estudioso a introducir su pensamiento pensante en la cabeza de los agentes actuantes y a situar en el fundamento de las prácticas de éstos, es decir, en sus ‘conciencias’, sus propias representaciones, espontáneas o elaboradas, o, peor aún, los modelos que han tenido que elaborar para dar razón de estas prácticas” (Bourdieu, 2003)

### **3° Soporte: Las tramas sociales y búsqueda de la supervivencia**

Como indicábamos anteriormente, pese a la ausencia de cualquier tipo de regulación en este sector de la feria, las acciones no quedan libradas al azar. La no presencia efectiva de normas impulsa diferentes estructuraciones a través de prácticas y “tramas organizativas” (Feldman y Murmis 2002; 184). En otras palabras, hay un modo particular de llevar a cabo la actividad en el sector marginal de la feria. El modo en que los feriantes obtienen la mercadería que será vendida en el sector marginal responde a prácticas específicas así como a condicionantes económicos estructurales. Los diferentes modos en que estos *buscas* se proveen de mercadería, están signados por la fragilidad de los mismos. Pues las redes mercantiles que consiguen movilizar son débiles y, a diferencia de los feriantes tradicionales, están inscriptas en su mayoría en circuitos de intercambio informal. Algunos compran ropa en ferias menores, de barrio, para luego remendarlas, si fuera necesario, y revenderlas a un precio mayor. Concurren a estas ferias regularmente, los días que no arman el puesto en la feria de San Francisco Solano.

Bajo el soporte de dichas redes sociales, se suspende temporalmente la situación original de incertidumbre acerca de las acciones de los otros, dando espacio al establecimiento de la confianza, por lo cual es posible suponer un cierto grado de regularidad y predecibilidad en las acciones sociales, que permiten la reproducción económica de estos feriantes.

### **Conclusiones.**

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

Allí confluyen múltiples racionalidades culturales, principalmente, expresadas en sus trayectorias y en sus miradas del “mundo”, en las que la economía de esas prácticas se posiciona de forma diversa, se ajusta, se encastra, como plantea Polanyi, en instituciones de diversa índole, con diferente grado de formalidad explícito o no, para lograr las mejores condiciones para la supervivencia.

En ese sentido se recupera el concepto de las relaciones sociales, las cuáles están impregnadas de valores, de poder, de cosmovisiones y no pueden ser meramente analizadas como relaciones de individuo a individuo, como lo plantea la filosofía liberal. Y como argumenta Marx en la Miseria de la filosofía (Marx, [1847]), “las relaciones sociales de producción, producen la sociedad en todos sus órdenes, a partir de múltiples y recíprocas relaciones entre infraestructura y superestructura”. Por lo cual se trata de rescatar “la solidaridad entre la teoría y la praxis, entre los sistemas de ideas y las formas de apropiación material de la naturaleza y las relaciones sociales que se crean y reproducen estos procesos” (Marx, 1999).

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

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

Y es por ello que la confianza, bajo la idea de construcción continua de los procesos interactivos sociales en un contexto especial y espacial - la feria- , asume un rol central. Las actividades informales, llevadas a cabo por feriantes, profundamente segmentados al interior del mercado callejero de Solano, parecerían regladas por estos acuerdos tácitos que alimentan procesos de cooperación entre los feriantes, y regulan los conflictos latentes, de la “lucha” por el territorio: el espacio de la feria, y el cliente potencial.

Como se habla en los apartados precedentes, la confianza surge como base de la cooperación, lo cual da un marco de comprensión, por lo menos conceptual, de la garantía de los intercambios, la perdurabilidad de los mismos, y la dimensión que asumen, en este contexto particular: la feria.

En efecto, los actores descubren la existencia de un campo libre de acción, y en función de su percepción, construida y en construcción dentro de un proceso de socialización, por el cual buscan darle sentido a una parte de sus acciones en comportamientos de interés colectivo. Se dan cuenta que, sin la complicidad de otros actores, las ganancias son magras. Esta complicidad, no puede ser arbitraria, ella cuenta sobre la capacidad de cada actor de generar condiciones de confianza.

## Bibliografía

- Beccaria, L., (2001), Empleo e integración social. Fondo de Cultura Económica, colección popular, Buenos Aires.
- Bourdieu, Pierre (1999), La miseria del Mundo, Editorial Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires., Argentina.
- Bourdieu, P. (1988): La distinción. Criterio y bases sociales del gusto. Editorial Taurus, Buenos Aires, Argentina.
- Coleman, J. (1990), Foundations of Social Theory. The Belknap Press of Harvard University Press. Cambridge, Massachusetts
- Corral del, D. F. (2006): Paper De Marx a Sahlins: algunas reflexiones para la conceptualización de los hechos económicos, Grupo para el Estudio de las Identidades Socio-Culturales en Andalucía. Departamento de Antropología Social, Universidad de Sevilla.
- Damill, M.; Frenkel, R. y Mauricio, R. (2002), Argentina. Una década de convertibilidad. Santiago de Chile:OIT.
- Derbel W, y Ben Ammar Mamlouck Z., (2003): “Le dilemme de la confiance et de la coopération: interdépendance des acteurs et suprématie du système organisationel.” en La Revue, Nov/Dec 2003, (pp 64-88) París, Francia.
- La Pradelle Michèle de (1996), Les Vendredis de Carpentras. Faire son marché en Provence ou ailleurs, Fayard, Paris, Francia.
- Giddens, A. (1986) La constitución de la sociedad: bases para la teoría de la estructuración. Buenos Aires: Amorrutu.
- Granovetter, M. (1985). Economic Action and Social Structure: The problem of the embeddedness. American Journal of Sociology 91, (pp. 481 - 510), New jersey.
- Grassi, E. (2004), Política y cultura en la sociedad neoliberal. La otra década infame (II). Primera Edición. Editorial Espacio, Buenos Aires:.
- Julien P.A. (1998), “Las Pequeñas empresas como objeto de investigación: algunas reflexiones acerca del conocimiento de las pequeñas empresas y sus efectos sobre la

- teoría económica”, en Kantis Hugo (ed.) Desarrollo y Gestión en PyMES, Universidad Nacional de General Sarmiento, (pp. 27-46) Buenos Aires.
- Kaztman, Rubén; Beccaria, Luis; Filgueira, Fernando; Golbert, Laura; Kessler, Gabriel. (1999). Vulnerabilidad, activos y exclusión social en Argentina y Uruguay. Fundación Ford OIT, Santiago de Chile.
  - Lewis, O., (1973) Los hijos de Sánchez. Autobiografía de una familia mexicana Ed. Joaquín Mortiz, México.
  - Lewicki, R. (1998), Trust and distrust: new relationships and realities (especial topic forum on trust in and between organizations), Academy of management Review Kentucky, USA.
  - Lin, N. (2001). Social Capital: A theory of social structure and action. Cambridge University Press, Nueva York.
  - Lomnitz, L. (1975): Cómo sobreviven los marginados. México: Siglo XXI.
  - Luhmann N. (2005) . Confianza , Editorial Antrophos, Barcelona, España
  - Marx., C. (2004[1847]), La Miseria de la Filosofía, Editorial Edad, Madrid, España.
  - Mathías, G. y Salama P., (1986) El estado sobredesarrollado. Ediciones Era, . México.
  - Millán, R. y Gordon S. (2004), “Capital social: una lectura de tres perspectivas”, en Revista Mexicana de Sociología, año 66, n° 4, Octubre- diciembre, (pp 711-747) Distrito Federal, México.
  - Nun, J. (2003) Marginalidad y exclusión social. Fondo de Cultura Económica, México.
  - Polanyi, K. (2003), La gran transformación, Fondo de Cultura Económica, México.
  - Putnam, R. (2002). Solo en la bolera. Galaxia Gutenberg, Círculo de Lectores. Barcelona, España.
  - Putnam, R, Robert L. y Raffaella Y. Nanetti. (1994). Para que la democracia funcione. Tradiciones cívicas en Italia. Edit. Galas, Caracas.
  - Salvia, A. (2005) “Crisis del empleo y nueva marginalidad: el papel de la economía de la pobreza en tiempos de cambio social”, en Mallimaci, F. y A.. Salvia (comps.) Los nuevos rostros de la marginalidad. La supervivencia de los desplazados. (pp. 29-45) Buenos Aires.

- Salvia, A. (2002) “Fragmentación social y heterogeneidad laboral” en Laboratorio n°9, Edit. IIGG/FSOC/UBA, (pp. 11 a 16) Buenos Aires,
- Salvia, A. (1997), Hacia una estética plural en la investigación social. Buenos Aires: Oficina de publicaciones del CBC, Universidad de Buenos Aires.
- Szarka, J. (1998), “Las Redes y la Pequeña Empresa”, en Kantis Hugo (ed.) Desarrollo y Gestión en PyMES, Universidad Nacional de General Sarmiento (pp. 309-328) Buenos Aires.
- Weber, M (1993): Economía y sociedad: Esbozo de una sociología comprensiva. Fondo de Cultura Económica, México.