

ETNOGRAFÍA DE PLAZAS DE MERCADO DE BOGOTÁ

Revista Aportes No. 35. Segunda Edición.
Dimensión Educativa

GERMÁN MARIÑO SOLANO
Agosto de 1994
Pág. 58

Etnografía de Plazas de Mercado de Bogotá por [German Mariño](#) se encuentra bajo una Licencia [Creative Commons Atribución-No Comercial-Licenciamiento Recíproco 3.0 Unported](#).

INTRODUCCIÓN

El siguiente trabajo narra la experiencia de investigación etnográfica en varias plazas de mercado de Bogotá, vivida dentro de un proyecto de capacitación de metodología de la investigación con los estudiantes de postgrado de educación de adultos de la Universidad San Buenaventura de Bogotá, integrantes de la primera y segunda promoción (años 1985 y 1986).

Por su carácter académico posee entonces una doble finalidad: de un lado, capacitar y de otro, producir conocimiento. Es un proyecto de capacitación producción.

Una de sus preocupaciones básicas es la de iniciar la articulación entre Investigación Etnográfica e Investigación Acción Participativa, dentro de la idea de que su complementación no solo es deseable sino necesaria pues la IAP se encuentra sin un método de investigación y la etnografía no logra despojarse de su elitismo y su “despreocupación” por las acciones transformadoras.

Se deseaba con esta experiencia brindar a los estudiantes las bases para adelantar trabajos en una óptica distinta, más de descubrir y crear, que de aplicar paradigmas en crisis.

También se buscaba obviar un problema vivido en varias experiencias de IAP anteriores, donde la integración prematura con algunos miembros de la comunidad, a la postre le imprimía un alineamiento muy difícil de quitarse, que no pocas veces generaba enormes tensiones y hasta fracasos.

La investigación se realiza con tres promociones, pero sólo lo producido con la primera y parcialmente con la segunda se presenta aquí (algunos grupos de la segunda se lanzan a nuevos espacios -parques recreacionales y cementerios-).

La tercera no resulta del todo homologable, dado que se hace en plazas de mercado pero del Viejo Caldas (el postgrado abrió una sede en Pereira).

El trabajo se enmarca dentro del área de la educación de adultos y más específicamente dentro de la educación popular. Las plazas de mercado son uno de los tantos ámbitos de posibles proyectos para ella. Esto puede parecer un espacio un poco extraño a la educación formal y de hecho así es.

Sin embargo, se piensa que dado que lo expuesto no solo es el resultado sino básicamente el proceso de producción, este puede servir de referencia a educadores que desean realizar tareas de investigación en el campo de la educación formal.

De todos modos, lo aquí presentado no pretende convertirse en un modelo; simplemente es un ejemplo concreto a partir del cual se espera que los educadores puedan derivar algunas inquietudes que les ahorren "dolores de cabeza".

Finalmente, debo agradecer a los alumnos del postgrado lo mismo que a los profesores que me acompañaron, por haber compartido esta pequeña aventura.

Los alumnos son cerca de 100, por eso no escribo sus nombres -espero sepan perdonarme-; los profesores que más cercanos estuvieron a lo largo del trabajo fueron Javier Panqueva, Gladys Álvarez, Clara Torres y Roberto Cañete. A alumnos y profesores, pues, reitero mis agradecimientos.

Con la certeza de que "la peor diligencia es la que no se hace", presento, con casi 5 años de desfase, lo vivido y aprendido.

I. ETNOGRAFÍA Y EDUCACIÓN POPULAR

Crisis de los paradigmas

En la década del 70 se tenía muy claro qué había que hacer y cómo. Se trataba de construir una sociedad nueva que eliminara la opresión y la dependencia.

El proyecto del 70 llevaba aparejado un modelo de investigación que también lo legitimaba y le daba vida.

El Docente: Promotor del Crecimiento Afectivo por [German Mariño](#) se encuentra bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial-Licenciamiento Recíproco 3.0 Unported](#).

Pero lentamente los grandes paradigmas de esa época, desde el marxismo hasta el estructuralismo, terminan convirtiéndose en unos nuevos positivismos.

Tal paradoja se expresaba en su afán "sabelotodo", a través del cual intentaba dar respuesta "a lo divino y lo humano"; en su mirada unilateral (económica, cultural, epistemológica...) que convertía la lectura de un ángulo especializado en elemento suficiente para agotar la comprensión de la realidad y en la certeza (que no pocas veces terminaba volviéndose dogma).

Las nuevas ciencias sociales, surgidas en contra del modelo de las ciencias naturales, al dejar por fuera la singularidad y las circunstancias concretas en su afán por las macroteorías, se enrumbaban en búsqueda de leyes inmanentes, olvidándose que toda teoría es una construcción eminentemente creativa, culminando, entonces, en un positivismo como el de las ciencias naturales que querían criticar.

Paralelamente, los puntos de referencia plasmados en los socialismos reales, se fueron desdibujando poco a poco; y no sólo los "hacia dónde" sino los cómo (las estrategias para lograrlo), comenzaron a sufrir serios cuestionamientos desde las mismas dinámicas históricas.

A regañadientes y como producto de los sucesivos "fracasos", se fue comprendiendo que más que producir teorías, la tarea fundamental del momento era crearlas y que la certeza que se poseía, estaba muy lejos de dar cuenta de los fenómenos sociales que iban surgiendo sin lograr ser predecir los ni explicados por ninguna teoría existente.

En Colombia tenemos dos ejemplos contundentes. El sector no formal y los movimientos sociales.

Con los rígidos esquemas la burguesía y proletariado en el que se quería encasillar la realidad, fue muy lento el reconocimiento de que la mayor parte de los trabajadores de nuestros países no eran asalariados.

De manera similar, solo después de hechos cumplidos (como los Paros Cívicos Locales), se aceptó la existencia de nuevas fuerzas sociales que se enfrentaban al Estado ya no en la esfera de la producción sino en la

de la reproducción, abriéndose paso escenarios tan insólitos para los paradigmas existentes, como los barrios y gestándose formas organizativas que nada tenían que ver con las planteadas por los manuales y que implicaban alianzas interclasistas y ejercicio de democracia directa, por ejemplo. Surgieron también nuevos grupos que se aglutinaban alrededor de intereses como la edad, el sexo o la religión y que comenzaron a jugar un importante papel. Algo similar se presenta con el concepto de región y etnia, siendo posible la consolidación de los movimientos regionales y movimientos indígenas.

A la educación popular la crisis de los paradigmas le afectaba sustancialmente, en la medida que ésta se considera a sí misma como un movimiento cultural y pedagógico en función de la construcción de una nueva hegemonía. La crisis no solo “esfumaba” su referente de llegada y sus métodos de análisis de la realidad sino que le indicaba que poseía un profundo desconocimiento de los sujetos populares, que eran con quienes pretendía trabajar.

En busca de una alternativa

En este contexto, la etnografía se constituye en una alternativa pues plantea una serie de modos y maneras que apuntan a obviar algunos de los problemas detectados.

En principio partía de renunciar a las aspiraciones de las macroteorías, buscando acercarse más bien a la exploración de lo micro.

Renunciaba de entrada también a convertirse en una estrategia de comprobación de hipótesis teóricas previas, ubicándose en una perspectiva de descubrimiento.

Tenía experiencias sobre la investigación de realidades poco documentadas aunque paradójicamente muy familiares, preocupándose por la recolección de datos empíricos más que por ambiciosas interpretaciones.

Se planteaba la recuperación del punto de vista del otro (visión émica), completamente ignorado hasta ahora e iba en búsqueda de miradas holísticas (totales) que rompieran los diques de las especialidades.

Se preocupaba por lo singular, rechazando la homogenización que subyace a las encuestas y en general a los métodos cuantitativos y no buscaba tampoco la experimentación.

Lo etnográfico venía, entonces, a llenar una serie de vacíos.

Pero eso no significa que la misma etnografía no posea debilidades con las que hay que estar muy vigilantes.

Existen tendencias fuertes de corte empirista que se encuentran muy cerca del “observar sin pensar” y que minimizan el papel de la teoría. Lo micro sin el contexto de lo macro puede tornarse incomprensible; lo mismo puede sucederle a las miradas sincrónicas, sin los marcos históricos.

Más aún, la etnografía no entra a enfrentar el problema de la acción para la transformación, ni el problema de la participación.

La etnografía es, pues, una respuesta a medias, que debe ser afinada para que entre en sintonía con las necesidades de la educación popular.

II. ETNOGRAFÍA E INVESTIGACIÓN PARTICIPATIVA

La Investigación Acción Participativa (IAP) también es una respuesta a la crisis de los paradigmas. Sin embargo, tal como se visualizaba en el tercer congreso mundial realizado en Managua en 1989, existe una tendencia grande a convertir la (IAP) en (AP), es decir, en dejar de lado la investigación.

La explicación a esto se puede encontrar en gran medida en los afanes por modificar las condiciones de pobreza y explotación del Tercer Mundo. Pero también es cierto que la falta de (I) se debe a la ausencia de una metodología específica.

Se dice que la (IAP) posee su metodología en el materialismo dialéctico y en el materialismo histórico. Pero el materialismo dialéctico es finalmente una epistemología y el materialismo histórico es un marco sociológico para interpretar la realidad. Es decir, la (IAP) no ha desarrollado una metodología.

Quizá la única respuesta específica a nivel metodológico ha sido la recuperación histórica; de resto, o la ha tomado prestado de otras concepciones o ha confundido el método con el compromiso.

Todo parecería indicar que lo que le falta a la (IAP) lo tiene la etnografía y lo que le falta a la etnografía, lo tiene la (IAP), produciéndose de su "matrimonio" una cualificación de las dos.

Esta idea tiene un antecedente olvidado; quien primero lo desarrolla es el mismo Freire.

Ya en Pedagogía del Oprimido, Freire integra al grupo de investigadores a algunos miembros de la comunidad; ciertamente que en un principio Freire lo asimila a informantes pero, aún en el mismo texto, más adelante los mira como miembros del equipo. Y Freire, utilizando el método etnográfico con estrategias como la observación participante, la observación no participante y el diario de campo, se propone claramente la acción participativa (a través de los Círculos de Cultura). Es decir, Freire conjuga lo etnográfico con la participación de la comunidad y la acción.

En Colombia hay por lo menos dos antropólogos que desde hace algún tiempo han sugerido ideas semejantes. Elías Sevilla, de la Universidad del Valle y Luis Guillermo Vasco de la Universidad Nacional.

Aunque ninguno de ellos ha llegado a las precisiones operativas, ambos tercian por la conveniencia de tal articulación desde los ángulos epistemológicos y políticos.

Elías Sevilla entre otras cosas, llama la atención sobre los desafíos de una etnografía hecha por un "nativo", en la medida que su horizonte cultural es completamente distinto al del etnógrafo externo. Sin embargo, al recordar la valoración de la (IAP) y la etnografía por la cotidianidad y al recoger las tesis de Bodeman sobre las nuevas características del observador participante (que lo implican y le permiten intervenir exponiendo sus opiniones a la comunidad), abre la puerta para explorar la complementación entre estas dos opciones metodológicas (Ver: Las relaciones sujeto objeto en la investigación etnográfica).

El sujeto como objeto de las ciencias sociales. CINEP. Sociedad colombiana de epistemología. 1982).

Luis Guillermo Vasco, por su parte, después de criticar la tesis de la objetividad del etnógrafo y de disentir de la investigación militante, dado que termina devolviendo los resultados de su investigación pero sin obviar el problema de la participación, aboga por la construcción de una propuesta de Diálogo investigativo (Ver: Memorias del Congreso de Antropología en Colombia. Boletín 17-18-19. Volumen V. Tomo 1. 1983. Medellín).

La idea, pues, no sólo parece posible sino necesaria y tiene además importantes antecedentes.

III. PREPARACIÓN

Antes de realizar el trabajo de campo, se adelantó una doble preparación con el grupo de trabajo: una actitudinal y otra conceptual.

La preparación es muy importante puesto que no se podía llegar a las Plazas de Mercado de la misma manera como se va a otras investigaciones. No se aplicarían encuestas ni se realizarían experimentos. No habría preguntas fijadas de antemano y por el contrario, estas, más que punto de partida serían puntos de llegada; resultado.

Era indispensable poner en jaque los mitos de la objetividad haciendo vivir de antemano cómo la observación es en sí misma una interpretación; cómo lo subjetivo atraviesa toda la investigación y en lugar de pretender extirparlo, es necesario enfrentarlo permanentemente y construir a partir y en contra de él.

Había que recalcar que nuestra cultura, nuestro punto de vista, era como una linterna que nos podía servir para alumbrar el camino o -si nos la poníamos en la cara- cegarnos; cómo, lo que sabíamos, era ayuda y al mismo tiempo obstáculo epistemológico.

También se debía vivir una desconstrucción donde comenzáramos a valorar las miradas totales y llenas de sentimiento encontrados; el sentir y el percibir no podían seguir aislados. El disgusto por las moscas o por los olores entraban a interferir nuestra manera de ver. A la realidad se iba con lo que somos, no se trataba de ocultarlo vergonzantemente, se trataba de reconocerlo y sentarlo en la mesa de trabajo. Nuestro origen de clase, nuestros gustos... también eran materia prima objeto de la investigación.

Dentro del marco anterior se hizo un taller y unas lecturas.

El taller giraba en torno al problema epistemológico. Se utilizaron problemas con manchas de tinta (subjetividad-proyección), rompecabezas (preconceptos), descripción y escritura de fotografías (lecturas y relecturas), bloques lógicos (clasificación)...

Dentro de la preparación actitudinal se leyó a Alicia en el País de las Maravillas, explorándola desde ángulos como la relatividad y el poder. También se trabajó sobre un inventario de gestos y el argot del gamín bogotano (Ver: Germán Marino. Escritos sobre escritura. Editorial Dimensión Educativa) donde se lanzaba el desafío de la interpretación y la etiología (origen), buscando evidenciar los "enredos" de las diferencias culturales.

A nivel de preparación conceptual se analizaron las siguientes lecturas:

- Empirismo y formalismo en el trabajo social, de Mónica Casalet. Allí se resumía con mucha nitidez los peligros del "observar sin pensar" y del "pensar sin observar".
- La etnografía aplicada a la educación, de Elsie Rockvell, un marco global sobre el tema.
- Yo también fui una loca. Artículo periodístico realizado a través de observación participante.
- El Bogotazo, de Arturo Alape, trabajo donde se articula lo documental con la entrevista.
- El testimonio, de Margaret Randall.
- El músico de banda, de Alberto Alcate, breve pero sustanciosa recuperación histórica.

En fin, con estos elementos se realizaba la preparación del grupo para iniciarse en la nueva forma de ver.

IV. ORGANIZACIÓN DE LOS GRUPOS

Como el grupo total estaba constituido por 36 alumnos, se formaron subgrupos de 3, los cuales a su vez, se dividieron en 3 plazas de mercado (7 de Agosto, Restrepo y las Ferias).

Quedaron, entonces, 3 subgrupos (con un total de 12 alumnos investigadores) en cada plaza. Para cada una de las plazas existía también un profesor acompañante.

Esta estructura presentaba grandes ventajas. Por una parte, los subgrupos quedaban conformados de manera tal que se pudieran confrontar las lecturas individuales, gestándose una especie de triangulación que contribuía a la validez interna.

En segundo lugar, también era factible entrar a comparar los resultados de las tres plazas, lo que daba ciertas bases para lograr relativas generalizaciones (validez externa).

V. SELECCIÓN DE ÁREAS

La selección de áreas se da a partir de criterios (no se usaron técnicas de muestreo, por ejemplo).

Los criterios fueron los siguientes:

- a) Accequibilidad. Se tuvo en cuenta que los sitios de investigación no quedaran demasiado alejados para facilitar las visitas periódicas.
- b) Tamaño de la unidad. Esta debería ser lo suficientemente grande como para que lograra “alojar” al número de alumnos investigadores sin que su estadía se convirtiera en una “invasión”.
- c) Comparabilidad. Las plazas escogidas deberían tener características generales semejantes para lograr ser comparadas. Ciertamente las características eran parte de la investigación pero de antemano era posible diferenciarlas en función de por lo menos tres variables: tamaño, antigüedad y plaza que no fueran un centro de acopio mayorista, es decir, distintas a CORABASTOS y Paloquemao.
- d) Ubicación en diferentes zonas de Bogotá.

VI. INSERCIÓN

En la medida que las plazas de mercado son sitios públicos visitados por centenares de personas, los alumnos investigadores inicialmente se

insertaron como compradores, actividad que entre otras cosas, muchos de ellos realizaban habitualmente desde hacía varios años.

Iban, entonces, a hacer el mercado (no en la magnitud usual para evitar gastar todas las energías cargando canastos), realizando una observación participante (como usuarios).

Esta "mimetización" les permitió adelantar un reconocimiento general sin tener que justificar su presencia.

Ciertamente, a medida que avanzaba el proceso, los grupos, con diferentes ritmos, fueron declarando a los actores existentes en la plaza sus objetivos, estableciéndose una relación muy informal con ellos.

El hecho de vincularse directamente evitó que su ingreso se hubiera dado a través del Administrador, lo que no hubiera dejado de crear resistencias.

La auto-restricción impuesta por los grupos de relacionarse con el mismo tipo de actor (para obtener una muestra más amplia y evitar la saturación), permitió que el ingreso a la plaza se llevara a cabo por muy diferentes caminos, lo que enriqueció enormemente el proceso.

VII. RECONOCIMIENTO GLOBAL

El primer acercamiento generó lo que se podría denominar un reconocimiento global, es decir, una mirada "a todo" (que no implica obtener una visión de la totalidad, ni siquiera una mirada "al" todo). Se iba en una posición "desprevenida", con la utópica intención de observarlo todo, a través de recorridos sin rumbo (vagabundo).

Poco a poco la visión se iba focalizando para finalmente volverse selectiva, formándose como una pirámide invertida, donde a pesar de cada vez observar menos, lo observado se busca ver con mayor profundidad. Lo que se pierde en amplitud se va ganando en densidad.

Esta "descuartización" gradual debe a su vez, de manera periódica (como en una espiral), ir buscando retotalizaciones, miradas nuevamente globales donde se vislumbre más que elementos sueltos, elementos "amarrados".

Dentro la etapa de reconocimiento general se logran apreciaciones en torno a aspectos como espacio, tiempo, actores, artefactos...

El reconocimiento general permite ir ubicándose. Se conoce cuáles son los horarios de plaza, qué actores existen en los diferentes espacios... en fin, se logra ir familiarizándose con la situación. Con frecuencia estas primeras miradas aportan elementos de impacto que jamás se pueden volver a obtener, pues entre más nos familiarizamos con una situación, menos percibimos; de ahí su importancia.

El tiempo de esta etapa para nuestro caso fue de 3 semanas, con 2 visitas semanales (a diferente hora y día de la semana). La información recogida en esta primera aproximación obviamente se integró al conjunto de datos a analizar.

VIII. ESTRATEGIAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Introducción

Las estrategias de recolección de información utilizadas fueron básicamente tres: la observación (participante en la medida que eran compradores y no participante pues no compartieron la vida de los vendedores), la cual era registrada en los Diarios de Campo; la entrevista y el análisis documental.

Se dice básicamente porque la estrategia "Historia de vida" que había sido planteada, realmente en muy pocos casos se realizó, convirtiéndose más bien en una entrevista.

Las tres estrategias se homologaban a diferentes puntos de vista, así:

Observación = Punto de vista del investigador

Entrevista = Punto de vista émico (de los actores de la plaza)

Documentos = Punto de vista de otros investigadores.

Ciertamente la homologación no es mecánica y representa más bien énfasis, centros de gravedad. Lo importante era explicar cómo la lectura final no es exclusivamente la visión émica sino que ésta debe quedar enriquecida con otros puntos de vista, lo que entre otras cosas permite superar las limitaciones de lo micro (lo que significa que en lo émico no

halla ya elementos macro, que sería otro error) y además, facilita articular a corpus teóricos.

Los puntos de vista iban entrando en escena en diferentes momentos. La entrevista, por ejemplo, fue posterior a la observación. Algunos grupos hicieron el trabajo documental paralelo a todo el proceso mientras que otros pocos lo hicieron antes o después.

De todos modos, los datos de estas tres fuentes sirvieron no solo para complementar sino para confrontar y afinar preguntas y conclusiones.

Los Diarios de Campo

Los Diarios de Campo se utilizaron todo el tiempo. Estos eran redactados de manera individual unas horas después de realizada la visita a la plaza. La razón de la "demora" era práctica; en el terreno mismo no era posible ni conveniente tomar más que anotaciones; se escribían palabras a modo de memotecnias que servían para, un rato más tarde (en la casa, por ejemplo), refrescar la memoria y entonces sí redactar el Diario.

El hecho de ser individuales permitía, dado que los subgrupos hacían sus recorridos juntos, entrar a debatir las observaciones.

Los Diarios eran leídos en los subgrupos y allí se entraba a evidenciar cargas emotivas e ideológicas que facilitaba que el grupo fuera reconociendo su subjetividad. Una vez valorado y debatido lo subjetivo, se procedía a ir categorizando la información (construida como confrontación de intersubjetividades), de manera que al final de la sesión el grupo disponía de una especie de sistematización donde no sólo iba consignando lo que había logrado conocer sino que además, podía encontrar los elementos que debía buscar en su próxima visita (lagunas, inconsistencias, nueva información, verificación de hipótesis...).

Esta dinámica le daba al Diario de Campo un carácter constructivo, donde el saber se iba configurando gradualmente, precisamente como resultado de un permanente debate entre el observar, el pensar y el sentir.

Con la sistematización obtenida se regresaba nuevamente al trabajo de campo pero esta vez se realizaba una observación con pautas

(preguntas), que de alguna manera cerraban la posibilidad de mirar lo no previsto. Este ciclo se repetía permanentemente, logrando cada vez mayores niveles de abstracción en los cuales se iba “encerrando” y “concatenando” la información recogida.

Era pues, una lectura por aproximaciones sucesivas (Al respecto ver: El Diario de Campo en la Cruzada de Alfabetización de Nicaragua. Germán Mariño), que periódicamente se entraba a enriquecer con las lecturas de los subgrupos que realizan la investigación en la misma plaza.

A modo de ejemplo veamos algunos fragmentos de un Diario de Campo.

Lugar: Plaza del Barrio Restrepo. Bogotá.

Día: Domingo 1 de Marzo

Tiempo de permanencia: 3 horas

Me sentía desconcertada porque a las plazas se va a hacer mercado, y en este momento, aunque seguramente haría unas pocas compras, el objetivo era otro: observar.

Al llegar por la carrera frente a la plaza, hay casetas de vendedores ambulantes, haciendo gala de sus mercancías: zapatos, bolsos, cosméticos... y la famosa fantasía.

A la entrada permanece un joven apuesto con gran cantidad de bombas, que sirven de diversión a los chicos que gocen del cariño de sus padres para que se las compren.

Opuesto al colorido de las bombas hay un hombre gordo, moreno, que vende delantales plásticos y se los coloca por el pecho y la espalda.

Cuando subí al segundo piso encontré puestos donde vendían: gallinas, patos, canarios, pericos, jilgueros, perdices, gallinetas, perros, gatos, curies y ardillas. Todo un zoológico, el cual expedía un olor desagradable.

Como el mercado está desordenado, cerca de los animales encontré calzado para dama; solicité un par, pero qué cuerito tan duro. Lo devolví con un gesto de amabilidad.

Un buen sector está ocupado por artesanías, esa sí bien variada. Se ven ollas, cucharas, cucharones... Pregunté si las cucharas eran de pino. Una vendedora me contestó que eran de cualquier palo pues la gente nunca se fijaba; lo importante es que sea cuchara. Buena fe. Compré una en \$60 y seguí.

Ya estaba intranquila porque me parecía que alguien me seguía pues estaba mirando mucho las cosas.

Las señoras que vendían las ollas guardaban mucha relación con ellas, por aquello de la cintura, que en ambos casos no se vislumbraba. Pero eso sí, a pesar de la gordura comían su buen almuerzo con hartas harinas. Y cuando es a comer, es a comer; no le ponen atención a la venta.

También hay puestos de pescado, quesos, mantequilla, huevos... y ventas de comida con la famosa ensalada de frutas. Todo parecía muy apetitoso pero los olores del puesto del pescado cercano no hacían una feliz combinación. De todos modos las mesas estaban repletas. Existía una TV como atractivo.

Caminando encontré una señora vendiendo insulsos. Sin vacilar compré unos. Hacía muchos años que no comía y estaban deliciosos.

Otro sector tanto en el primero como en el segundo piso pone una nota verde; son las matas de adorno, las yerbas, las matas de la buena suerte, el tronquño de la felicidad.

Cerca un olor atrayente: la lechona. Pero se va rapidito porque el precio de la cucharada es de \$250... mas el colesterol.

Continuando el viajecito, en el primer piso encontré: puestos de granos (oscuros lugares), puestos de carne de res y de pollo y puestos de verduras (mas organizados pero muy caros en relación a otras plazas que conozco).

Los productos son muy variados y alguien con platica puede mercar de todo. En la parte externa hay un mercado de verduras y a eso de ja 1 de tarde era muy poco lo que habían vendido. A la salida está la fritanga, pero ni por esas, la gente pasaba indiferente.

También a la salida se escuchaban rancheras.

Terminé cansada.

Entrevistas

Para la comprensión de la plaza de mercado también se utilizaron entrevistas. Como se mencionó anteriormente éstas solo se empezaron a hacer después de haber adelantado el trabajo de campo.

La primera lección aprendida (obvia a posteriori) es que a la gente no se le podía intentar entrevistar a las horas (y días) donde había mucho trabajo (fundamentalmente los sábados y domingos).

No se establecieron criterios para seleccionar a los entrevistados; cada grupo, como resultado de su trabajo lo rué definiendo, lo que generó una muestra amplia y relativamente significativa pero que hubiera podido optimizarse de haber discutido con todo el grupo los criterios.

Las entrevistas eran no estructuradas y semiestructuradas. Las pautas que se suministraron para realizarlas fueron las siguientes:

- a) Dar explicaciones sobre los procedimientos y objetivos de la entrevista (ninguna de ellas fue grabada por razones: el ruido, evitar eventuales rechazos y problemas de demanda de tiempo para transcribirlas (de todos modos pienso que ha debido matizarse y grabar aunque fuera un porcentaje de ellas para facilitar su análisis).
- b) Realizar preguntas descriptivas, solicitando ejemplos.
- c) Realizar preguntas de contraste (búsqueda de congruencia; qué sería lo contrario de...)
- d) Repetir lo afirmado por el entrevistado para animarlo a que siga hablando y para confrontar si hemos entendido.
- e) Crear situaciones hipotéticas (qué pasaría si...).
- f) Reformular preguntas hechas pero de una manera diferente (control).
- g) Realizar preguntas sobre el por qué?

- h) Hacer periódicamente resúmenes de lo planteado por el entrevistado.
- i) Realizar la entrevista en varias ocasiones (no una sola) para captar diferentes estados de ánimo y para no cansar al entrevistado. Además, y esto es quizá lo más importante, a medida que se avanza en la investigación, existen cada vez más presunciones a ser confrontadas, mientras que en las primeras entrevistas las preguntas son mas de orden descriptivo.

Veamos un ejemplo de la primera parte de una entrevista:

Nació en Boyacá. Desde hace 15 años vive en Bogotá. Se vino porque en Bogotá la vida es más fácil.

Antes de trabajar en la plaza tenía una tienda en Ciudad Jardín, pero la tuvo que dejar por problemas económicos (no le daba ¡o suficiente). Desde hace 10 años está vinculada a la plaza.

El arriendo del puesto le cuesta mensualmente \$800. Vende frutas. A CORABASTOS va dos o tres veces por semana para abastecerse. Un bulto de aguacate le cuesta entre \$6.000 y \$7.000. Además hay que agregar el transporte.

Para Virginia han disminuido las ventas por la competencia de los mercados ambulantes. La jornada de trabajo varía. Es más intensa los días de mercado. Los miércoles y sábados debe levantarse más temprano si va a CORABASTOS.

Virginia tiene 7 hijos. El hijo mayor tiene 25 años. Los pequeños estudian y cuando tienen tiempo le ayudan con el trabajo en la plaza (vender, traer el mercado o arreglarlo). Como sus hijos ya son mayores de 7 años, en lugar de ser una carga muy pesada para ella, le ayudan.

Estudio documental

El estudio documental específico sobre plazas de mercado incluyó los siguientes materiales:

1. Análisis de la Corporación de Abastos de Bogotá. Corporación de Estudios Ganaderos y Agrícolas (CEGA). Investigador principal: Ruth Suárez. Bogotá. Fotocopiado. Febrero de 1983.
2. Términos de referencia para un estudio de plazas de mercado. Banco Central Hipotecario. Fotocopiado.
3. Acabarán las plazas de mercado? Alberto Motta. Magazín Dominical No. 166. Periódico El Espectador. Páginas 10 y 11.
4. Prácticas de comunicación en la cultura popular (las plazas de mercado y los supermercados). Magazín Dominical No. 105. Martín Barbero. Marzo 31 de 1985.
5. Reglamentos de las plazas de mercado.

Como se puede inferir, la documentación específica encontrada era muy escasa y además, no hacía referencia a las plazas particulares que se estaban investigando aunque ciertamente brindaban elementos globales y comparativos importantes.

IX. ORGANIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Introducción

A medida que se iba recolectando la información se procesaba de forma que por sucesivas aproximaciones (en una situación semejante a la que obtenemos cuando pelamos una cebolla), era posible ir afinando la comprensión.

La no linealidad anterior no implica, sin embargo, que hacia el final, los esfuerzos se concentraban menos en la recolección de información y más en su organización.

El trabajo de organización de la información concluyó con los siguientes aspectos, que finalmente vienen a configurar un modelo, en el sentido que intenta ser una representación análoga a la realidad.

- a) Ubicación espacial.
- b) Ubicación temporal.
- c) Identificación de los componentes estructurales.
- d) Identificación de las relaciones al interior de los componentes estructurales.
- e) Identificación de los procesos que articulan los componentes estructurales.
- f) Contexto.

Veámoslos más detenidamente (el desglose pormenorizado se realizará en el capítulo de presentación de la información).

Ubicación espacial

La ubicación espacial hace referencia a las características del lugar donde se encuentra inserta la plaza y sus actores. Este espacio termina clasificándose en:

- 1) Espacio de la plaza, que a su vez se divide en plaza cubierta y plaza descubierta (mercado campesino).
- 2) Contorno de la plaza. Son los almacenes que se encuentran en el mismo edificio de la plaza (pero en su parte exterior) y el escenario en los alrededores inmediatos.

Ubicación temporal

Por su parte, la ubicación temporal hace referencia a dos grandes aspectos: la historia de la plaza y la línea cronológica, expresada en los acontecimientos que se presentan durante un breve lapso de tiempo (una semana) y que son cuasi rutinarios.

Componentes estructurales

Los componentes estructurales se categorizaron en dos grandes tipos: actores y artefactos.

El procedimiento para generarlos fue el siguiente (lo explicaremos a través del caso concreto de los vendedores):

- 1) En primer lugar, a partir de encontrar lo igual en lo diferente (actividad para la cual es de utilidad realizar algún aprestamiento con bloques lógicos), se encuentran las clasificaciones de primer nivel. En el ejemplo, a partir del puesto de quesos de Don Juan, de quesos y mantequilla de Don Pedro... llegamos a la categoría de vendedores de lácteos.
- 2) Pero en la plaza no existen solo vendedores de lácteos. Los hay de verduras, de carnes, de frutas..., lo que nos permite saltar a una categoría más englobante, como vendedores de productos

perecederos, por ejemplo. Esta categoría representa una clase de clases, es decir, lo común en lo diferente que existe entre diversas clases. De forma análoga se establecen categorías como no perecederos, manufacturados... etc.

- 3) Así como se utilizó el criterio de durabilidad de los productos para adelantar la anterior clasificación, es posible aplicar el criterio de movilidad, encontrado, por ejemplo, que hay vendedores de productos perecederos que poseen una característica común con los de los no perecederos, la de ser estacionarios, en contraposición a los vendedores ambulantes.

De esta manera se obtiene una categoría de tercer orden, en la medida que engloba la clase (1) (vendedores de productos específicos), la clase de clases (2) (vendedores de perecederos) y la clase de las clases de clase (3) (vendedores estacionarios).

Mediante el procedimiento de continuas abstracciones se lograron establecer los siguientes componentes estructurales a nivel de actores: productores, abastecedores, transportadores de ingreso, vendedores, compradores, transportadores de salida y consumidores.

El componente estructural vendedores quedó a su vez, categorizado así:

1º nivel Vendedores de plaza interior. Vendedores de mercado campesino.

2º nivel Vendedores estacionario. Vendedores ambulantes.

3º nivel Vendedores ambulantes diarios. Vendedores ocasionales.

4º nivel Vendedores de artículos perecederos. Vendedores de no perecederos. Otros.

5º nivel Vendedores de artículos no perecederos manufacturados. Vendedores de no perecederos no manufacturados.

También existen vendedores móviles, integrados por parientes de estacionarios que se desplazan por la plaza exterior los fines de semana.

De forma similar se obtuvieron las diferentes categorías de artefactos, los cuales a su vez se dividieron en dos grandes clases: objetos e instrumentos de trabajo.

Relaciones al interior de los componentes estructurales

Continuando con el ejemplo del componente estructural vendedores, se establecieron al interior de él las relaciones, arrojando datos como la íntima articulación entre los vendedores de perecederos y los dueños de los restaurantes pues, las frutas excesivamente maduras (que ya no podían ser fácilmente vendidas), eran utilizadas para hacer jugo o ensaladas. Los dueños de los restaurantes, entonces, establecen relaciones de complementación con los vendedores de perecederos.

Pero no todas las relaciones son de complementación. Los vendedores estacionarios llegan a entrar en contradicción con el mercado campesino que funciona en la plaza descubierta pues los campesinos colocan los productos más baratos, a lo que los estacionarios han respondido "infiltrando" (en el mercado campesino) algunos de los miembros de su familia.

Procesos

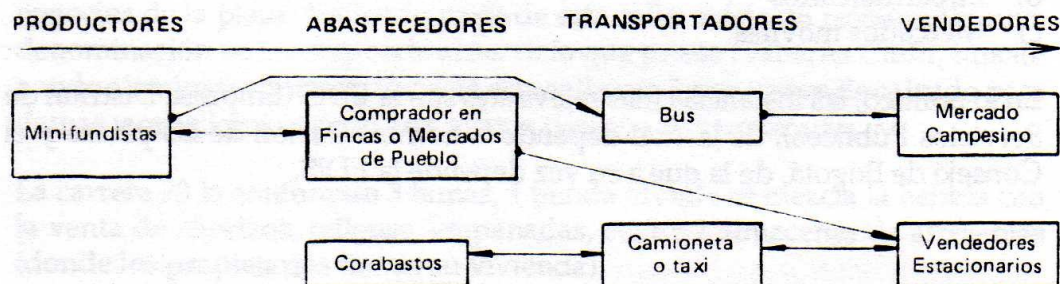
Las anteriores clasificaciones nos han dado la dimensión sincrónica. Viene ahora la búsqueda de la articulación de los componentes estructurales en término de los procesos, generándose, la dimensión diacrónica (temporal).

En la investigación se sistematizaron tres grandes procesos: el de ingreso de productos, el de salida y el proceso de control.

Los procesos amarran los siguientes componentes estructurales:

Ingreso	Salida	Control
Productores	Vendedores	Vendedores
Abastecedores	Compradores	Controladores
Transportadores	Consumidores	
Vendedores		

Para facilitar la lectura de la presentación de la información, que viene en el próximo capítulo, veamos un ejemplo de proceso a nivel del ingreso.



Los minifundistas (uno de los varios productores), los cuales producen básicamente perecederos, llegan a la plaza a través de diversas rutas.

La primera es la de viajar (en bus) hasta el mercado campesino sin recurrir a ningún intermediario. Este proceso no es fácil de seguir y únicamente lo pueden hacer aquellos campesinos que viven relativamente cerca de Bogotá.

La segunda ruta, que es la más frecuente, se inicia con un intermediario que le compra los productos a los campesinos ya sea en la finca (o en los caminos) o en el mercado de los pueblos. Este, a su vez, en ocasiones los vende a CORABASTOS y en ocasiones lo lleva a las puertas de las plazas de Bogotá.

También algunos vendedores de las plazas compran en CORABASTOS de manera colectiva (contratando un taxi o una camioneta), cerrando un ciclo donde existe la doble intermediación.

Si los componentes estructurales nos permiten una especie de radiografía (a partir de fotografías), el análisis de los procesos nos da una especie de película.

Contexto

El contexto hace referencia a aquellas instancias que no se encuentran directamente vinculadas a la plaza pero que inciden sobre ella.

En este rubro se identificaron elementos a nivel de lo socio económico y de lo político.

En lo socio económico están:

- a) Cajas de compensación
- b) Supermercados
- c) Mercados móviles

En lo político, las instancias más relevantes son la EDIS (Empresa Distrital de Servicios Públicos), de la cual depende la administración de las plazas y el Consejo de Bogotá, de la que a su vez depende la EDIS.

X. PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Introducción

Como se anunció en el apartado anterior, la información quedó organizada en un modelo el cual se compone de la integración de diferentes aspectos.

Pasaremos ahora a realizar una presentación pormenorizada de cada uno de ellos.

Ubicación espacial

La ubicación recoge dos espacios: el interno y el contorno.

A continuación veremos dos informes presentados, uno sobre el contorno de la Plaza del 7 de Agosto y otro sobre el interior de la Plaza de Las Ferias.

Contorno Plaza de Mercado 7 de Agosto

La Plaza de Mercado del 7 de Agosto ocupa una manzana completa. El contorno es un montón de “negocios” no solo de venta sino juegos de azar, cafetines, restaurantes... etc.

La plaza está delimitada por las calles 66 y las carreras 23 y 24 donde se ubica gran parte del comercio; en la calle 66A encontramos 3 joyerías, 3 ferreterías, 1 granero y 1 almacén que presenta el aspecto de una miscelánea, pues ofrece variedad de artículos que van desde plásticos hasta zapatos.

También se encuentran 3 locales donde los productos que se ofrecen son pollos, dentro de una organización e higiene que no es observable en otros negocios de la plaza; haciendo parte de esta calle, existe un restaurante cuya denominación no corresponde al servicio que presta (Taberna Club), funcionando sin ningún horario; termina esta calle con 3 almacenes de calzado para damas y caballeros, siendo una misma persona su propietario.

La carrera 23 la conforman 3 famas, 1 tienda (donde se mezcla la bebida con la venta de chorizos, rellenas, empanadas, etc.) y 2 almacenes de artesanías (donde los propietarios tienen su vivienda).

De la carrera 24 podemos decir que es la más "elegante" y organizada, tal vez por el tipo de almacenes que se encuentran ubicados en ésta. Existen 4 almacenes de calzado; 4 de ropa masculina y femenina, 1 almacén de discos y 1 cafetería; el "confort" que presentan estos almacenes reflejan un nivel económico muy diferente a la que se observa en los negocios del interior de la plaza.

La mayoría de las personas que tienen sus negocios en el entorno de la plaza llevan 12 y 15 años.

Esta heterogeneidad de negocios ubica las relaciones de la plaza sobre todo en su papel articulador con la gran ciudad.

El entorno de la plaza no es solamente sus negocios, es la muchedumbre, el ruido, los desperdicios... desde mucho antes de entrar en ella.

Vista desde el entorno, la plaza es desorden, abigarramiento, heterogeneidad de trabajos y a la vez un poco de fiesta.

Ver Cuadro No. 2.

Interior Plaza de Las Ferias

Nos enfrentamos a un diseño de construcción que la división de Ingeniería de la Empresa Distrital de Servicios Públicos EDIS decidió implementar en el Barrio Las Ferias.

En este contexto se ubican dos grandes sectores: un espacio cubierto y otro descubierto.

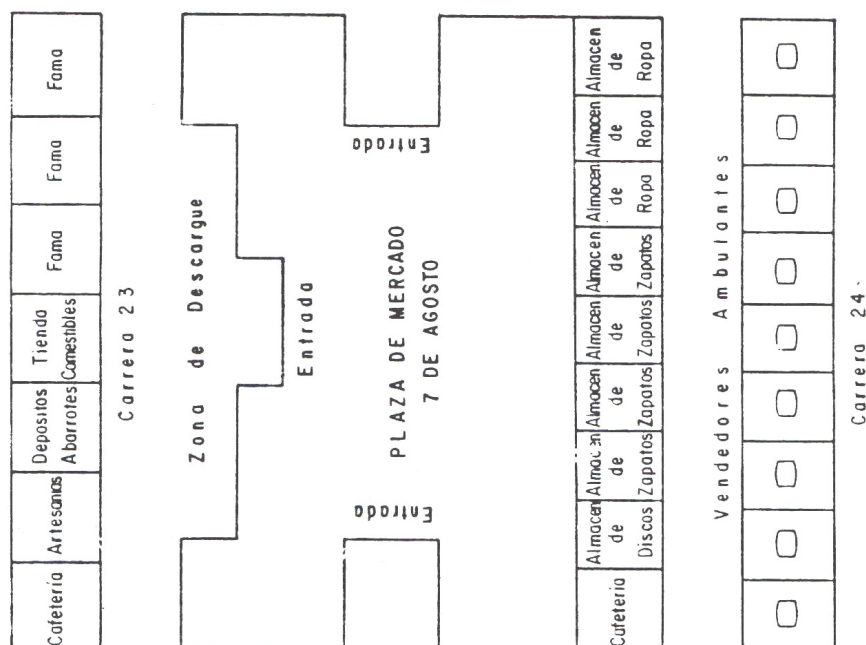
La característica que define la estructura física interna es la segmentación en cuatro clases: puestos, locales, oficinas y servicios.

El puesto es la unidad mínima de construcción asignada para el desarrollo de su actividad; ésta no es un conjunto cerrado. El local, en cambio, cuenta con una mayor amplitud física y está delimitado por muros que lo identifican como una unidad independiente.

Seis puertas permiten el ingreso al interior de la plaza, las cuales dan acceso a los 12 módulos estructurados en 3 filas, separadas por corredores de 1.5 mts. de ancho, que atraviesan el interior de sur a norte y de oriente a occidente.

Granero	Ferreteria	Ferreteria	Ferreteria	Joyería	Joyeria	Joyeria
---------	------------	------------	------------	---------	---------	---------

Calle 66



Calle 66 A

Cafeteria	Cafeteria	Venta de Pollos	Venta de Pollos	Venta de Pollos	Restaurante	Almacen de Zapatos	Almacen de Zapatos	Almacen de Zapatos
-----------	-----------	-----------------	-----------------	-----------------	-------------	--------------------	--------------------	--------------------

Circundando el entorno interior y exterior están ubicados locales dedicados al expendio de granos, de carne, lácteos y miscelánea.

Sobre los locales ubicados en los costados norte y sur se construyó un segundo nivel, donde funcionan dos expendios de artesanías y las oficinas de administración.

En este mismo sentido y ubicación pero en la planta baja, se encuentran los servicios sanitarios.

La parte cubierta tiene un área aproximada de 3.200 mts. cuadrados, con una elevación de muros laterales de ladrillo con una altura aproximadamente de 5 mts. En la parte alta incorporan unos ventanales fijos ubicados en los costados oriental y occidental.

El piso es de cemento y presenta perforaciones que permiten el aposentamiento del agua.

En el interior de los puestos se suele utilizar una tarima.

El segundo espacio es descubierto y está delimitado por muros; el aprovechamiento espacial da una máxima utilización del área libre.

En la parte descubierta también existe una ramada, la cual recubre el espacio donde se deposita la papa. La parte descubierta está caracterizada por la influencia directa del sol, las lluvias, el viento, y el polvo.

El tránsito en este sector se hace más pesado en razón a que la zona de circulación es reducida y no guarda siempre las mismas distancias, sino que cambia de acuerdo al capricho del vendedor, siendo más notoria esta situación en los sábados, domingos y lunes, que son los de mayores ventas. Ver Cuadro No. 3.

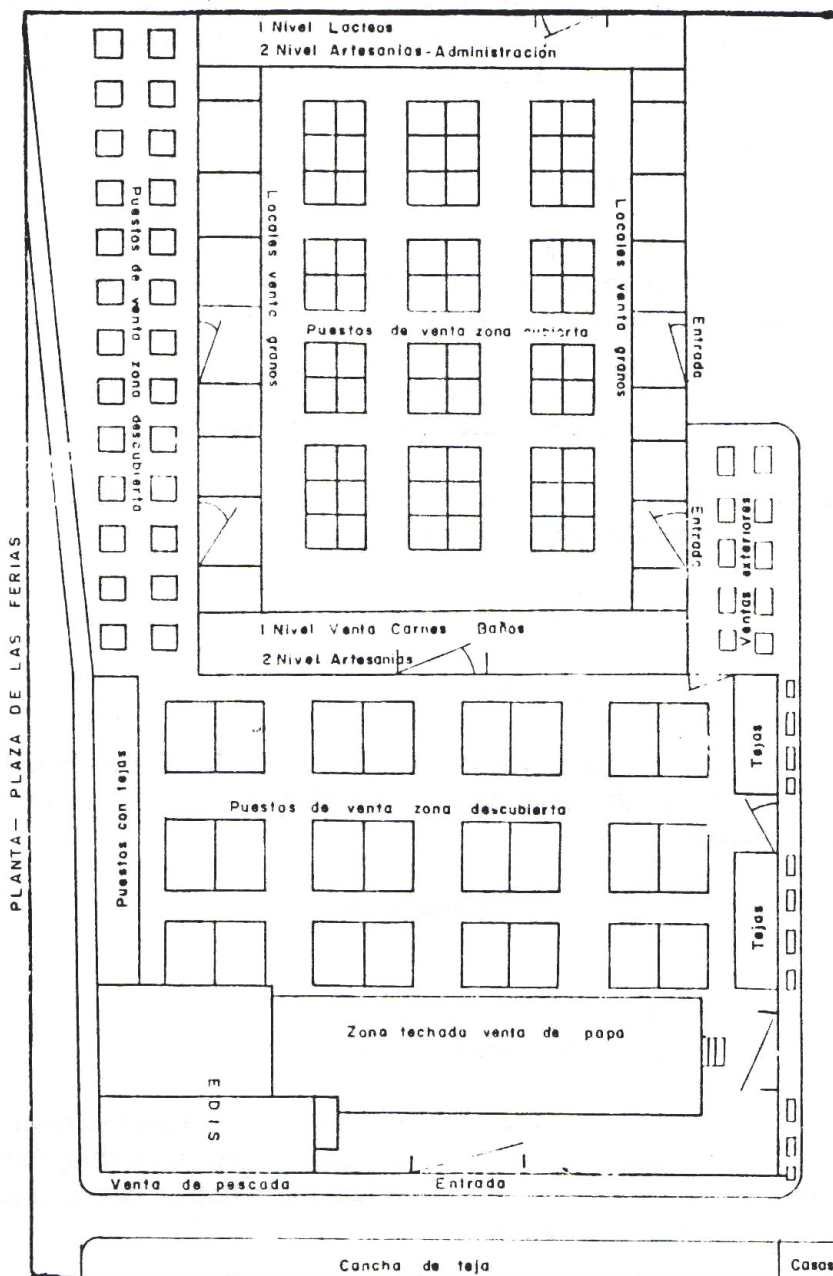
Ubicación temporal

A nivel temporal se hicieron dos clases de reseñas: la historia de la plaza y una micro cronología.

A continuación se presenta la información respectiva recabada en plaza 7 de Agosto.

Historia de la Plaza

Las plazas de mercado están bajo la administración de la Empresa de Servicios



Públicos, creada en 1958 como Empresa Distrital de Aseo por el Concejo de Bogotá. En 1960 cambió de nombre por el actual (EDIS), agregándosele los servicios de plazas de mercado, cementerios, mataderos y plaza de ferias.

La Plaza de Mercado del 7 de Agosto, funciona desde hace más de 30 años. La actual estructura ha sido reconstruida después de un incendio.

Al respecto, Don Manuel Sandoval (de unos 50 años), quien trabaja en la plaza desde 1951 y doña Mercedes de Rojas (de unos 45 años), aportaron valiosas informaciones.

El incendio ocurrió en 1970 ("sé que fue en 1970 porque ese fue el año mi muchacho se fue para el Valle de Tenza"). Otra señora que estaba en el puesto comprando y que no quiso dar su nombre, confirmó la información diciendo:

"Sí, fue en el 70, porque en ese año me casé".

El incendio de la plaza se produjo a finales de julio o a principios de agosto de 1970. Comenzó a las 7 y ½ de la noche, a causa de un corto circuito en la parte norte, donde estaban las artesanías y como era una construcción muy antigua fue rápidamente consumida por las llamas.

Nos cuenta don Manuel que en nada se le parecía a la actual construcción pues: "era una cosa como para guardar ganado; solo los graneros eran cubiertos y contra las paredes había puestos hechos en tablones".

Al producirse el incendio los propietarios perdieron absolutamente todo pues no tenían ningún tipo de seguro. Inmediatamente se organizaron y construyeron unas casetas provisionales en la vía pública.

Más adelante la EDIS construyó la actual edificación. Para evitar que personas inescrupulosas, haciéndose pasar por antiguos propietarios, reclamasen puestos, tuvieron que acudir a los archivos de la Central (Matadero actual); además, hubo sorteos, porque en la plaza nueva quedaron menos puestos que los que había antes. La EDIS tuvo que ubicar vendedores que quedaron sin puesto en otras plazas como Las Cruces y las del 12 de Octubre.

Al estrenar plaza comenzaron a pagar un arriendo diario, más alto que el que pagaban antes pero no recuerdan exactamente cuánto. Posteriormente la empresa estableció el pago mensual que varía entre \$1.300 y \$4.000 según la característica del puesto.

MICRO CRONOLOGÍA (Plaza del 7 de Agosto)

	LUNES	MARTES	MIERCOL.	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
Movimiento de Compradores							
Abastecimiento							
Arreglo de Productos							
Aseo de la Plaza							

Componentes estructurales y relaciones internas

Artefactos

A nivel de artefactos habría que anotar que son muchos los existentes en una plaza de mercado. Una primera clasificación nos hable de objetos e instrumentos.

Los objetos se agrupan en:

- Objetos para la venta (verduras, carne... según el puesto).
- Objetos de uso personal como ropa (los vendedores usan batas de diferentes colores según el tipo de producto que expendan). En algunos puestos hay cunas para los niños (a veces adecúan cajones).
- Objetos de control contra el robo, como espejos retrovisores.
- Objetos mágicos y religiosos (imágenes de santos, matas de sábila, cruz de mayo...).
- Objetos (recipientes) para guardar y almacenar (guacales, canecas, costales, bandejas...).
- Objetos para empacar (papel, bolsas plásticas...).
- Objetos para servir comidas (en los restaurantes). También se encuentran algunos portacomidas.
- Objetos de comunicación como radios, grabadoras y en algunos sitios, televisores. Se encuentran en los expendios de carne, teléfonos privados.

En relación a los instrumentos de trabajo, estos se agruparon en:

- Instrumentos de aseo.
- Instrumentos de cálculo (que van desde calculadoras hasta cajas registradoras, según los tipos de puestos).
- Instrumentos de peso (desde Romanas hasta Balanzas Electrónicas).
- Instrumentos para cortar (cuchillos, sierras...).

Actores

Como anotábamos anteriormente, el componente estructural actores quedó subdividido en: productores, abastecedores, transportadores (de ingreso), vendedores, compradores, transportadores (de salida) y consumidores.

Respecto a los productores, se clasificaron en:

- a) Agro-industriales. Son aquellos productores que se encuentran involucrados dentro de la producción agrícola pero ya a nivel industrial (agricultura altamente mecanizada, por ejemplo), tales como los productores de arroz.
- b) Minifundistas. Campesinos con minifundios donde sin mayor tecnología moderna y utilizando mano de obra familiar, producen básicamente perecederos como papa, cebolla, verduras...
- c) Artesanos.
- d) Industriales, los cuales se dividen (para el caso de la plaza) en productores de alimentos procesados como dulces, pastas, aceite... etc. y productores de artículos manufacturados como ceras, detergentes... etc.
- e) Ganaderos.
- f) Microproductores. Estos pueden ser o urbanos (crían animales como perros, canarios...) o de pequeñas poblaciones (que preparan longaniza, pan de yuca...).

Los abastecedores se clasificaron en:

- a) CORABASTOS. Central mayorista de acopio.
- b) Matadero (que suministra carne de res).
- c) PALOQUEMADO. Satélite de CORABASTOS.
- d) Comprador en fincas o en mercados de poblaciones pequeñas.
- e) Mayoristas de productos agro-industriales o de ganado.

Los transportadores de ingreso, se clasificaron en:

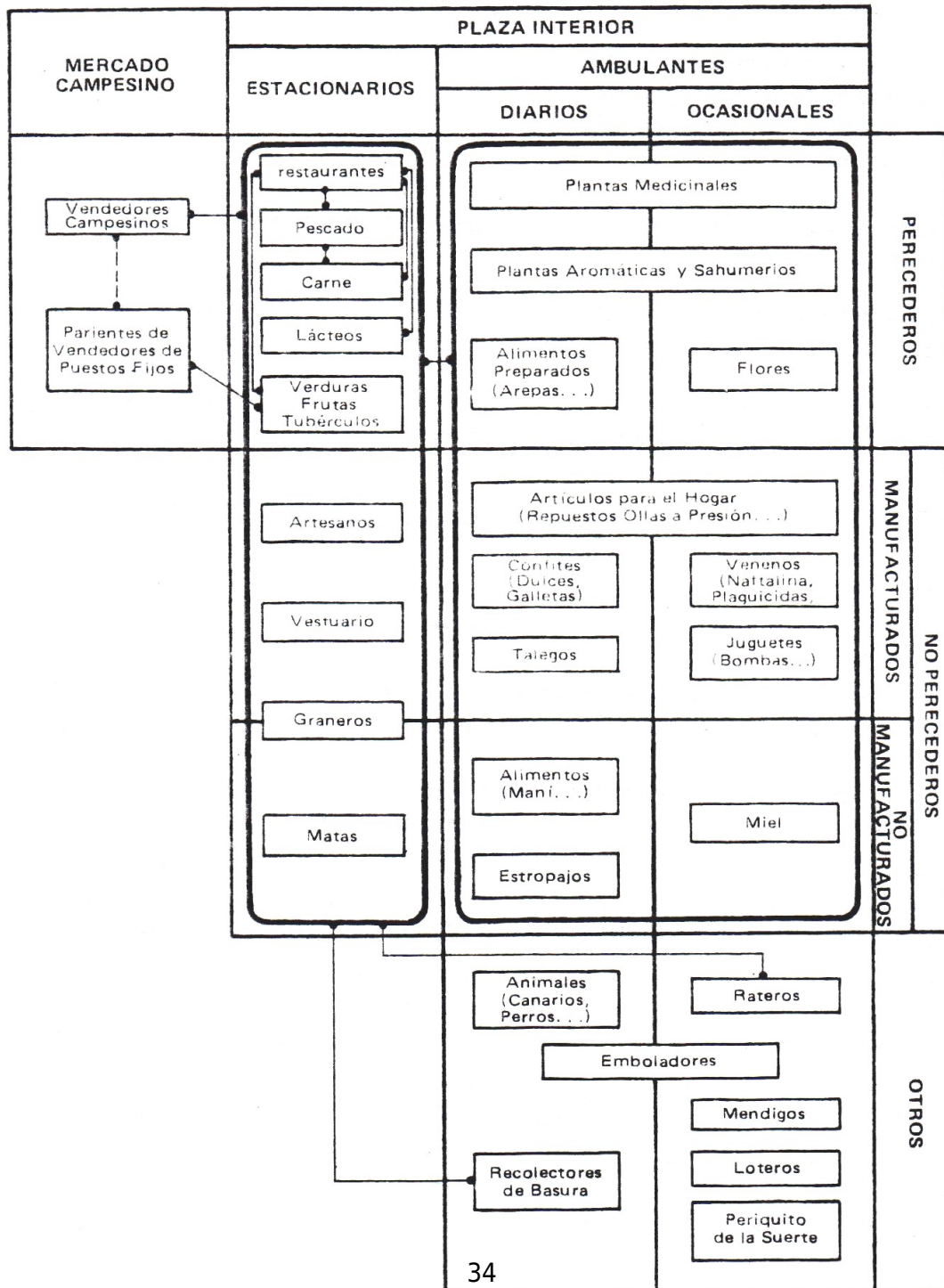
- a) Camionetas de empresas
- b) Camioneta de vendedor de carne de la plaza
- c) Taxi o camioneta contratada
- d) Bus intermunicipal
- e) Bus urbano

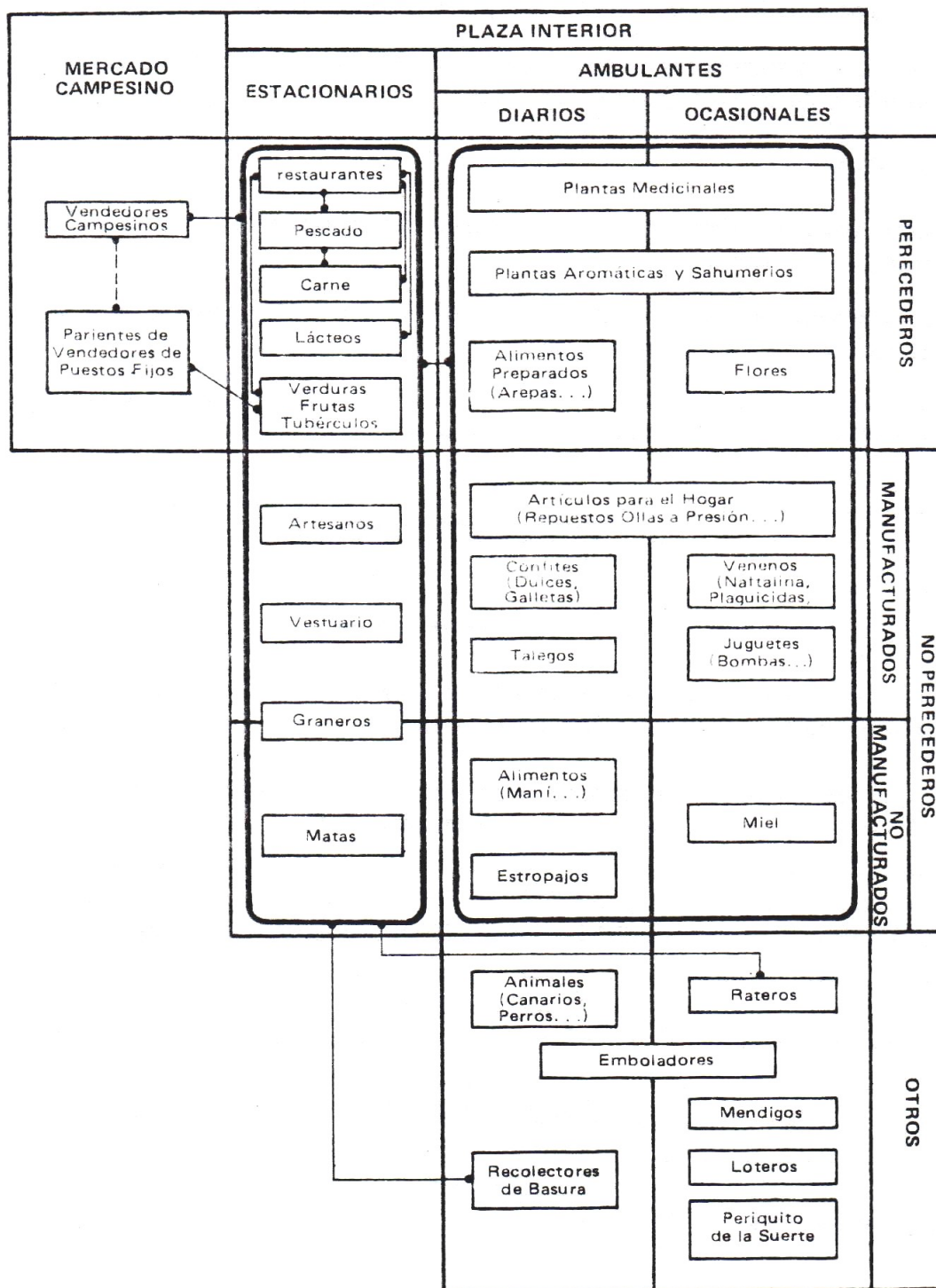
Los vendedores se clasificaron en función de la ubicación, movilidad y tipo de productos, generando la matriz que aparece en el cuadro siguiente.

Al interior de ella se establecieron una serie de relaciones entre:

- a) Los vendedores estacionarios con los recolectores de basuras. Esta es una relación de complementariedad.
- b) Los vendedores estacionarios con los rateros, que es una relación de antagonismo pues entre más insegura sea la plaza menos clientes se animan a visitarla.
- c) Los vendedores estacionarios de frutas, verduras y tubérculos con los vendedores del mercado campesino. Esta relación es de competencia pues los vendedores estacionarios mandan a sus hijos o familiares a hacerse pasar por campesinos.
- d) Los vendedores estacionarios de productos perecederos y los restaurantes pues allí se ofrecen (en forma de jugos o de ensaladas) las frutas que no se

VENDEDORES





podrían vender por encontrarse en mal estado; se genera por lo tanto una relación de complementariedad.

- e) Los vendedores estacionarios con los ambulantes presentan una relación también de complementariedad, dado que éstos últimos (en su gran mayoría) venden productos que no se ofrecen en los puestos fijos tales como talegos, venenos, estropajos, miel,... etc., constituyéndose en un complemento puesto que el comprador logra conseguir una mayor variedad de productos haciéndose más recursiva la plaza.

Los controladores se clasifican en:

- a) Aseadores
- b) Vigilantes
- c) Policías
- d) Administrador

Los aseadores y vigilantes dependen del administrador. Los policías dependen de la alcaldía menor.

Los vigilantes se encargan, además de vigilar, de cobrarles a los vendedores ambulantes y a los estacionarios.

Nominalmente existe una Junta Administradora donde tienen representación los distintos tipos de vendedores.

El administrador a su vez depende de un Supervisor de la EDIS, a quien finalmente pertenece la plaza.

Los compradores se clasifican en:

- a) Compradores familiares, los cuales son de tres tipos: compradores semanales o quincenales (familias que hacen el mercado), compradores diarios (personas que viven cerca de la plaza) y compradores de los lunes (que adquieren los productos que no se lograron vender en la semana y que por ser de menor calidad son más baratos).
- b) Compradores mayoristas. Estos se dividen en: compradores comerciantes (dueños de restaurantes, tiendas de barrio, colegios

privados...) e instituciones (estatales como cárceles; comunitarias como jardines infantiles...).

Los transportadores de salida, se clasificaron en: transportadores de trayectos largos y de trayectos cortos.

Dentro de los trayectos cortos se encuentran:

- a) Cargueros
- b) Carretilleros
- c) Zorreros
- d) Carros esferados

El carguero y el carretillero solo trabajan dentro de la plaza y se diferencian porque este último puede llevar más carga debido a que dispone de una carretilla.

Dentro de los trayectos largos, están:

- a) Taxis (autorizados y no autorizados)
- b) Camionetas
- c) Bus o buseta
- d) Carro de familia.

Los cargueros y carretilleros se relacionan con los zorreros y los carros esferados a los que llevan los mercados de los compradores. Muy rara vez un carguero lleva mercados fuera de la plaza. También se relacionan con los taxistas y dueños de camionetas. No se relacionan con las familias pues el volumen de mercado de estas no es muy grande y puede ser llevado (al bus o al carro) por los mismos miembros de la familia.

La relación entre carguero y carretillero con los otros transportadores es, entonces, una relación de complementariedad.

También existen relaciones de competencia pero entre Zorreros y Carros esferados (para trayectos cortos) y entre taxis y camionetas (para trayectos largos).

Finalmente, los consumidores se clasificaron en:

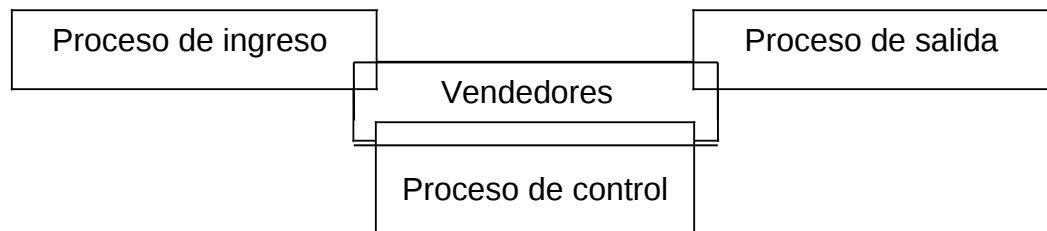
- a) Hogares, que a su vez se dividen en hogares que hacen sus mercados en la plaza y hogares que compran sus productos en las tiendas del barrio (por factores como crédito o menudeo...)
- b) Mayoristas comerciantes (restaurantes, tiendas...) y mayoristas institucionales (estado-cárcel, comunitario-jardines infantiles...).

Entre los consumidores existe una relación interna y es la que se da entre algunos hogares y los tenderos de barrio.

Procesos

Como habíamos mencionado se plantearon tres procesos: el de ingreso, el de control y el de salida.

Estos procesos integran a todos los actores y se articulan alrededor de los vendedores de la siguiente forma:



La lectura de los siguientes cuadros se hace siguiendo las líneas de círculo a círculo, que son los signos que señalan articulación.

Esquema de los cuadros de presentación de la información que aparecen a continuación

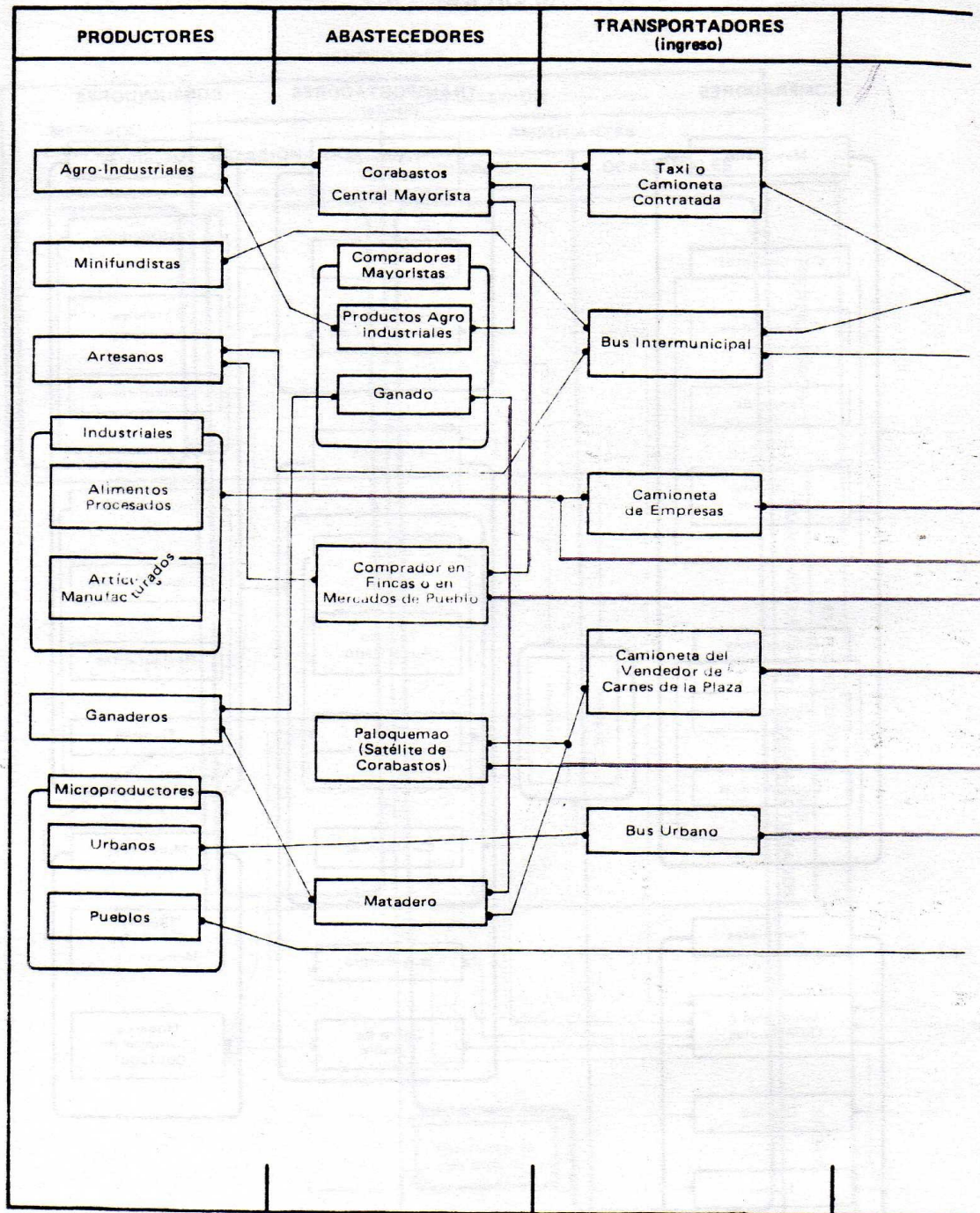
Proceso de ingreso			
Productores	Abastecedores	Transportadores	Vendedores

Proceso de salida			
Vendedores	Compradores	Transportadores	Consumidores

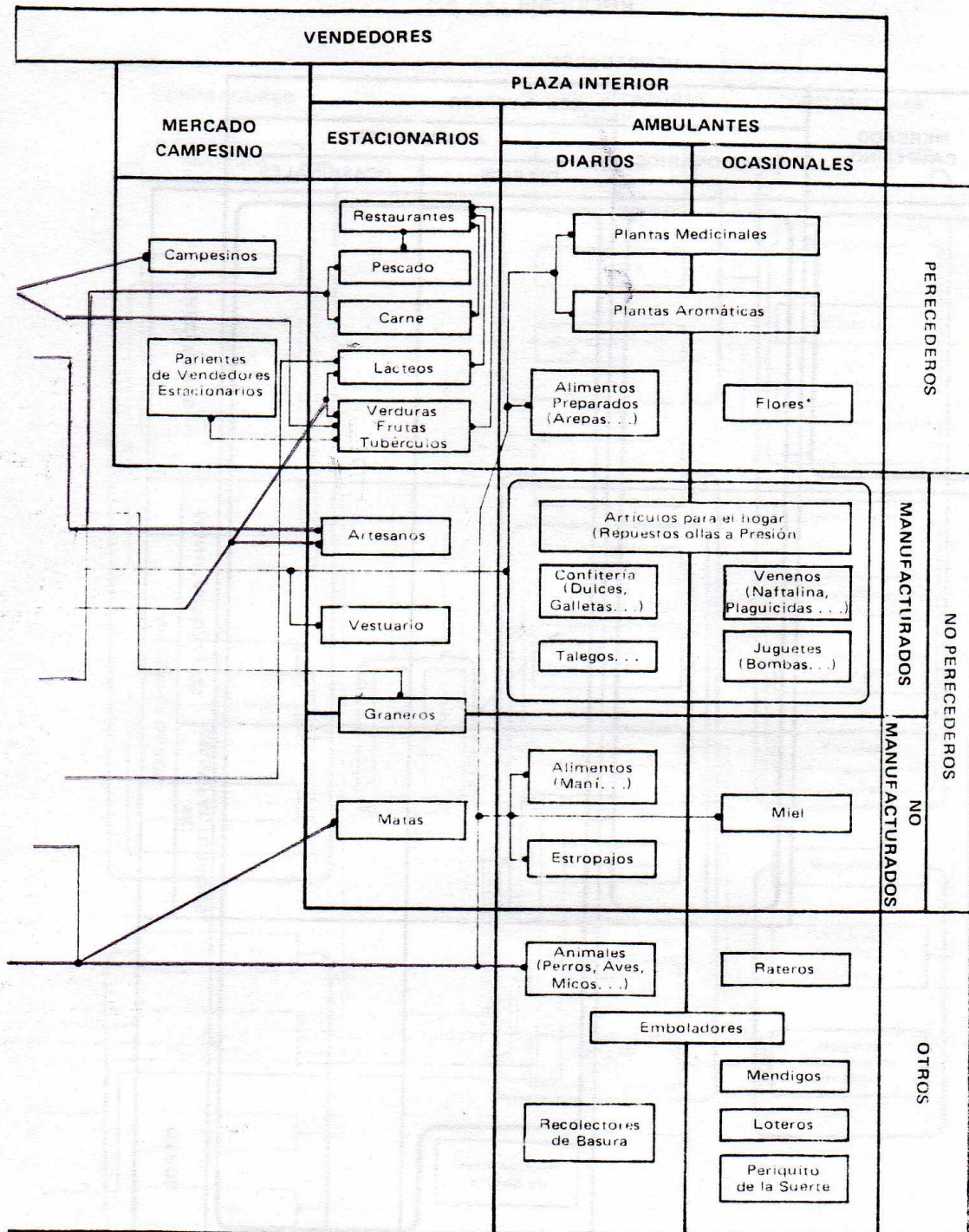
Proceso de control			

Contexto			
Productores	Abastecedores	Vendedores	Consumidores

PROCESO



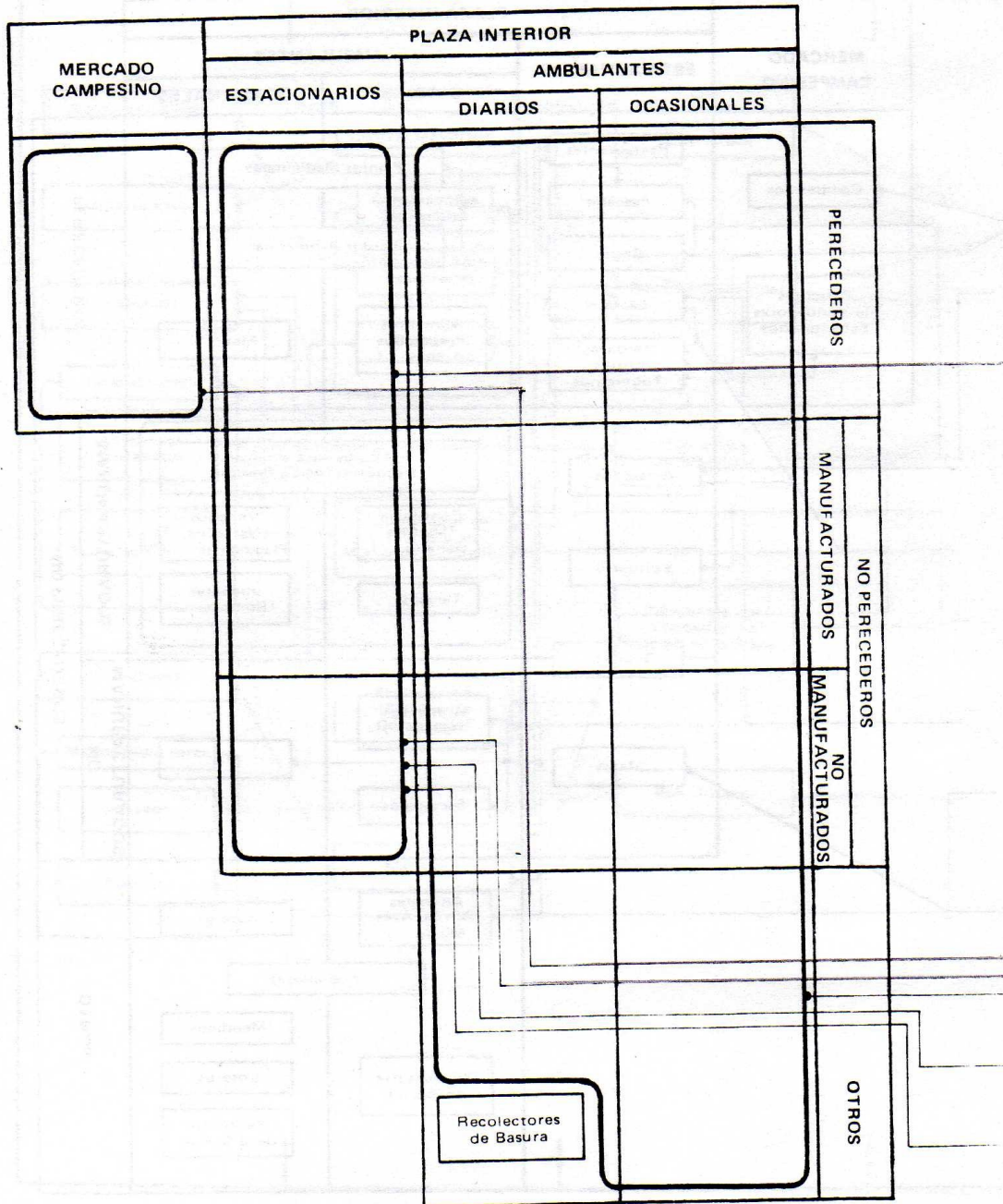
DE INGRESO



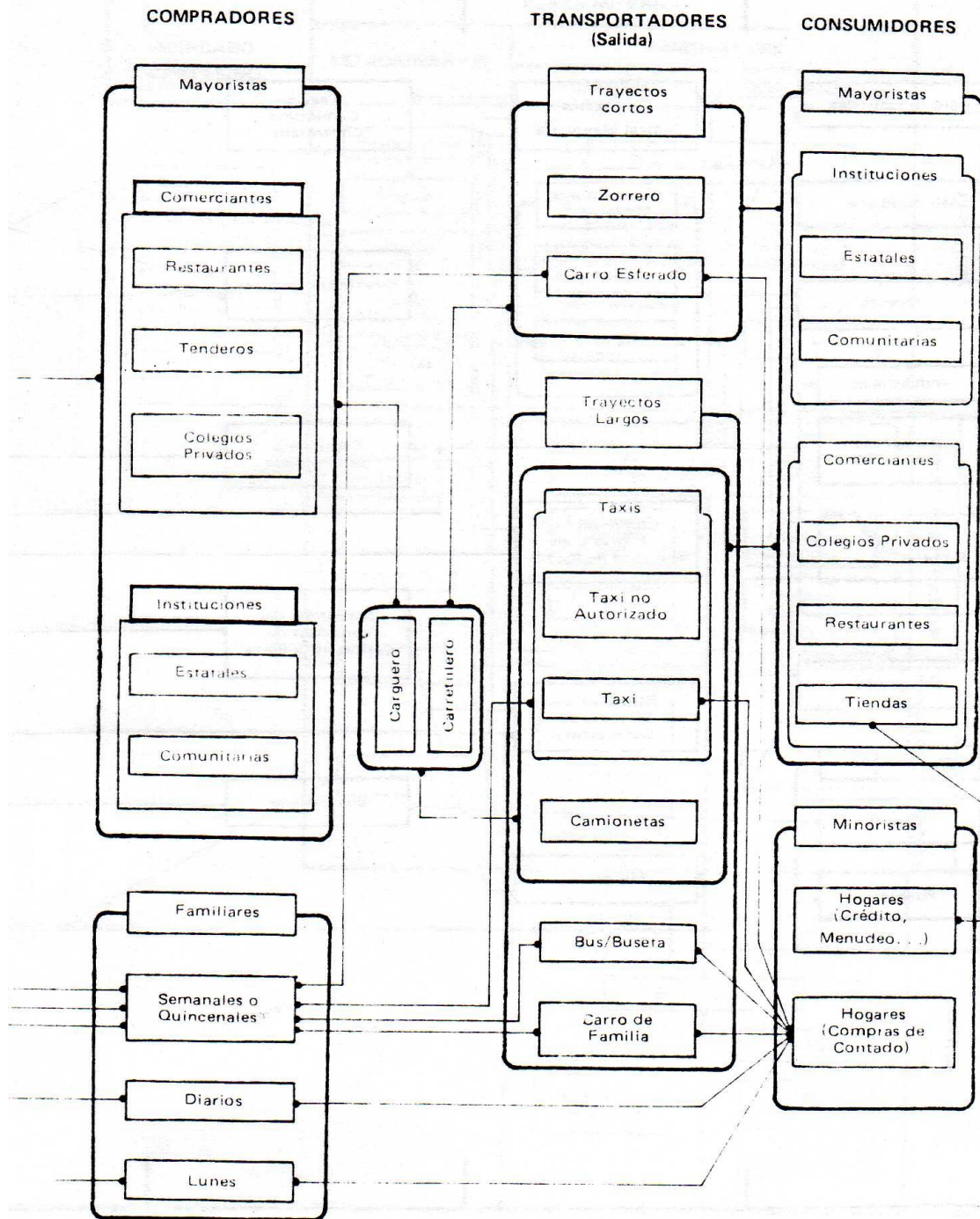
(*) Las flores son compradas a mayoristas (Cementerio Central...), o, en los sitios de cultivo cercanos a Bogotá, (Funza, Mosquera...)

PROCESO

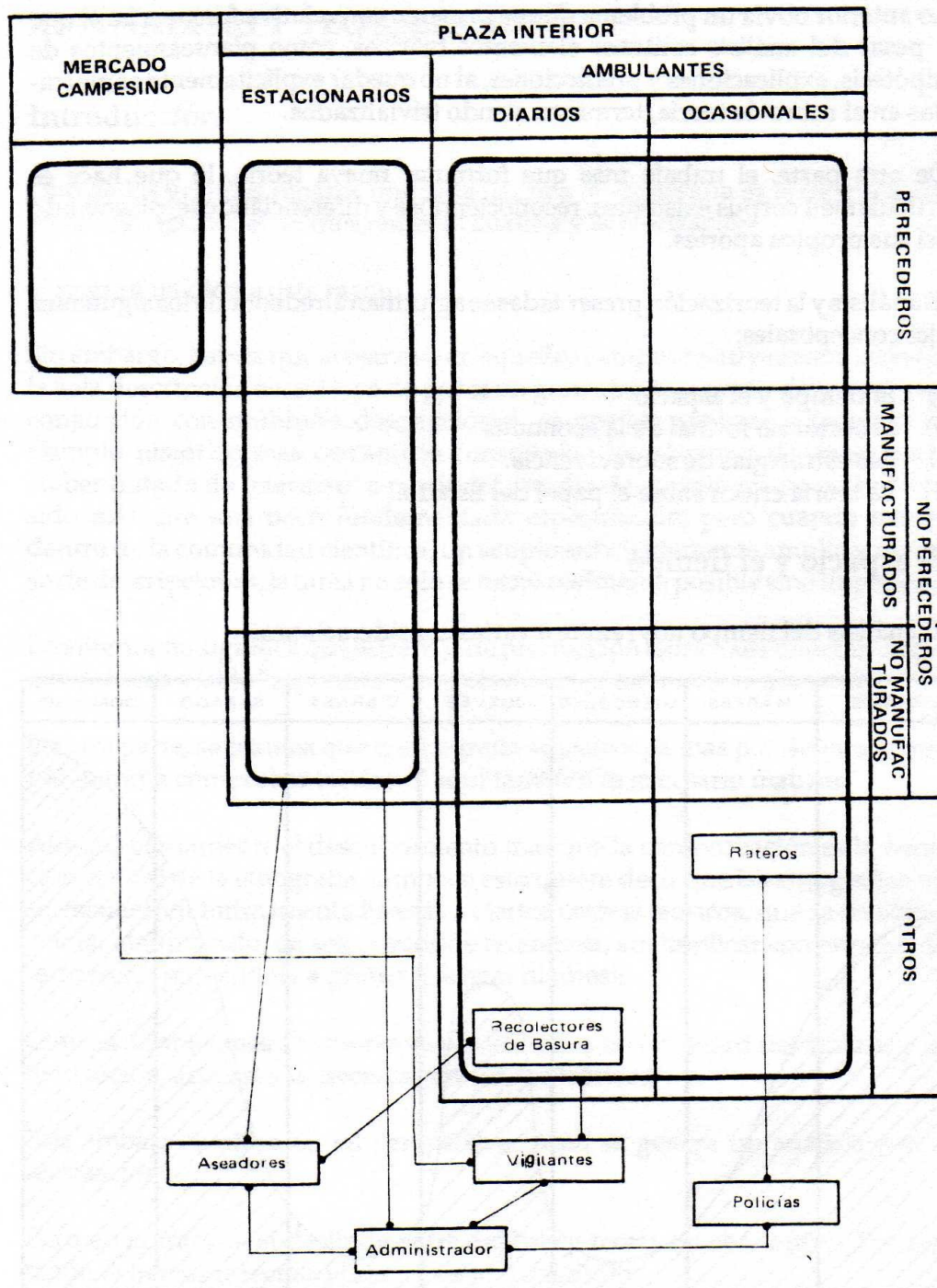
VENEDORES

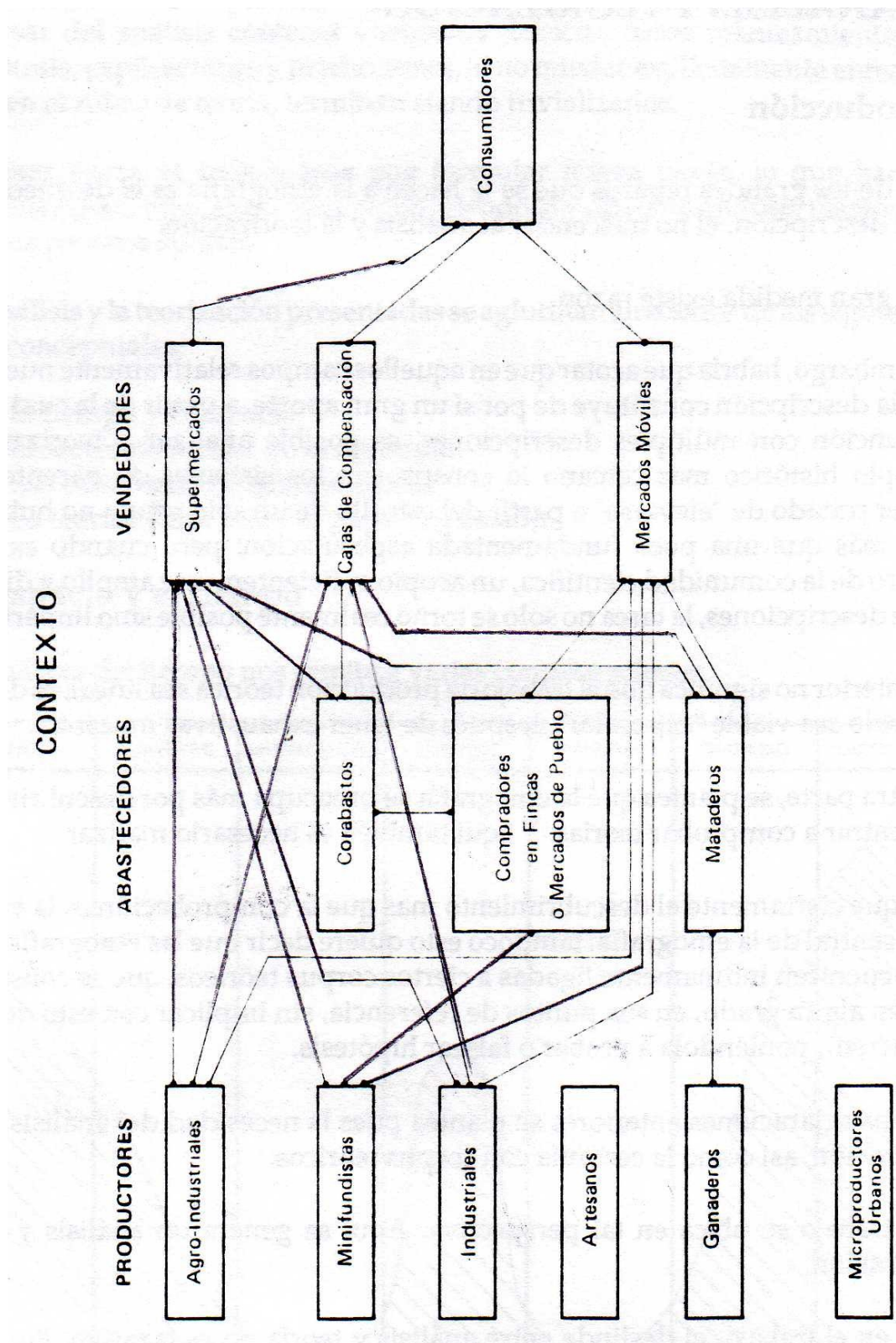


DE SALIDA



PROCESO DE CONTROL





XI. ANÁLISIS Y TEORIZACIÓN

Introducción

Uno de los grandes reparos que se le hacen a la etnografía es el de quedarse en la descripción, el no trascender al análisis y la teorización.

Y en gran medida existe razón.

Sin embargo, habría que acotar que en aquellos campos relativamente nuevos la sola descripción constituye de por sí un gran aporte, a partir de la cual y en conjunción con múltiples descripciones, es posible analizar y teorizar. El ejemplo histórico más cercano lo constituyen los sistemas de parentesco.

Haber tratado de “elevarse” a partir del estudio de un solo grupo no hubiera sido más que una poco fundamentada especulación; pero cuando existió (dentro de la comunidad científica), un acopio suficientemente amplio y diverso de descripciones, la tarea no solo se tornó realmente posible sino imperiosa.

Lo anterior no significa que el trabajo de producción teórica sea lineal, es decir, que solo sea viable “especular” después de tener exhaustivas muestras.

De otra parte, se plantea que la etnografía se preocupa más por descubrir que por entrar a comprobar teorías. Y aquí también es necesario matizar.

Aunque ciertamente el descubrimiento más que la comprobación es la vocación central de la etnografía, tampoco esto quiere decir que las etnografías no se encuentren íntimamente ligadas a ciertos corpus teóricos, que se constituyen en algún grado, en sus puntos de referencia, sin implicar con esto que la “amarren”, poniéndola a probar o falsear hipótesis.

Con las aclaraciones anteriores se plantea pues la necesidad del análisis y la teorización, así como la cercanía con corpus teóricos.

Este trabajo se ubica en tal perspectiva. Aquí se genera un análisis y una teorización.

Pero en el trabajo, el deslinde entre análisis y teoría no es taxativo. Por esa razón la hemos integrado bajo un mismo subtítulo.

Lo anterior obvia un problema que se presenta con relativa frecuencia: el que a pesar del análisis contener elementos teóricos, como planteamientos de hipótesis, explicaciones y predicciones, al no quedar explícitamente enmarcadas en el rubro de teoría, terminan siendo trivializados.

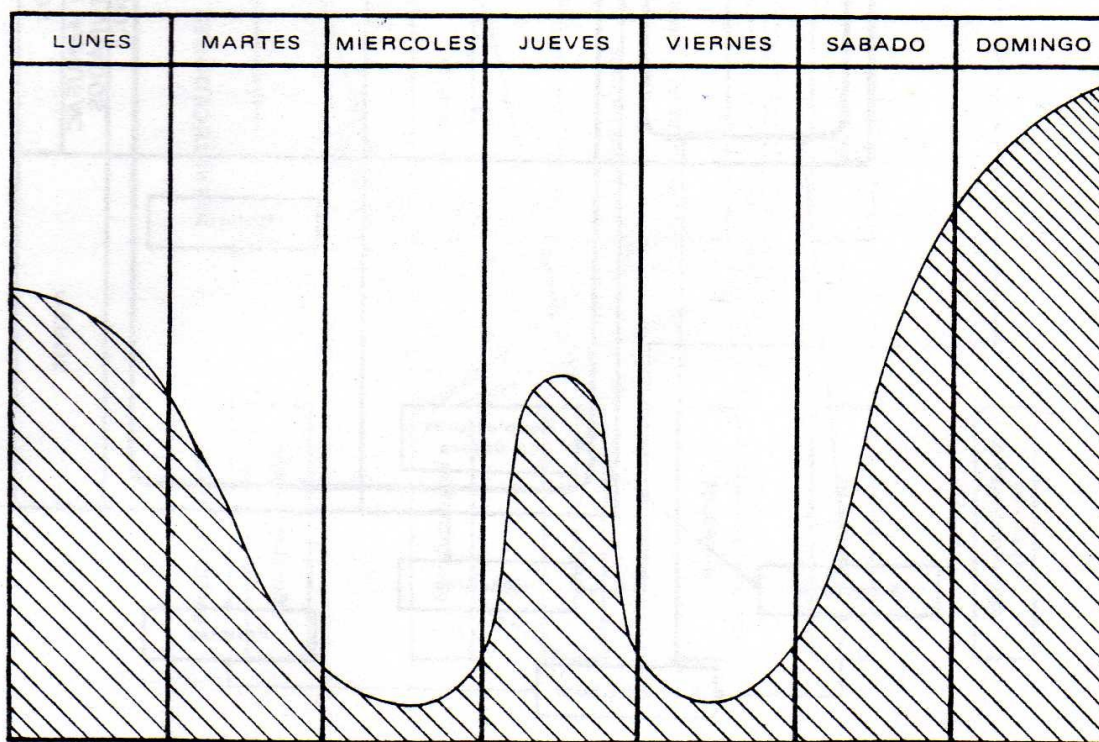
De otra parte, el trabajo más que formular nueva teoría, lo que hace es articularse a corpus existentes, reconociéndose y diferenciándose, plasmando así sus propios aportes.

El análisis y la teorización presentadas se aglutinan alrededor de los siguientes ejes conceptuales:

- a) El tiempo y el espacio
- b) El sector no formal de la economía
- c) Las estrategias de sobrevivencia.
- d) La teoría crítica sobre el papel del Estado.

El espacio y el tiempo

El análisis del tiempo nos remite a varias consideraciones.



En primer lugar, los vendedores tienen un largo tiempo de permanencia en la plaza (en ocasiones hasta mayor que la plaza construida actualmente). Esto les da un cierto grado de posesión sin propiedad y ya se vislumbra que será prácticamente a perpetuidad (para las familias actuales). Esto conlleva una serie de implicaciones positivas y negativas que comentaremos más adelante.

En segundo lugar, respecto a los tiempos generales, la información recogida en el cronograma genera la siguiente síntesis (Ver gráfica página 41).

De la anterior gráfica es posible inferir que aunque ciertamente la plaza pasa gran parte de la semana ocupada en diferentes actividades (venta, arreglo de productos, abastecimiento, aseo...), existen dos días (miércoles y viernes) donde el ritmo decrece prácticamente a cero. Es decir, el tiempo queda completamente subutilizado.

Ciertamente esta subutilización es producto de los ritmos externos (las familias no compran dentro de la semana y más aún, concentran sus compras en las quincenas donde hay pagos de salarios).

De todos modos, aunque la situación es explicable, no termina por ser justificada pues simultáneamente a la subutilización se presenta la congestión, oscilando buena parte del tiempo entre estos dos extremos.

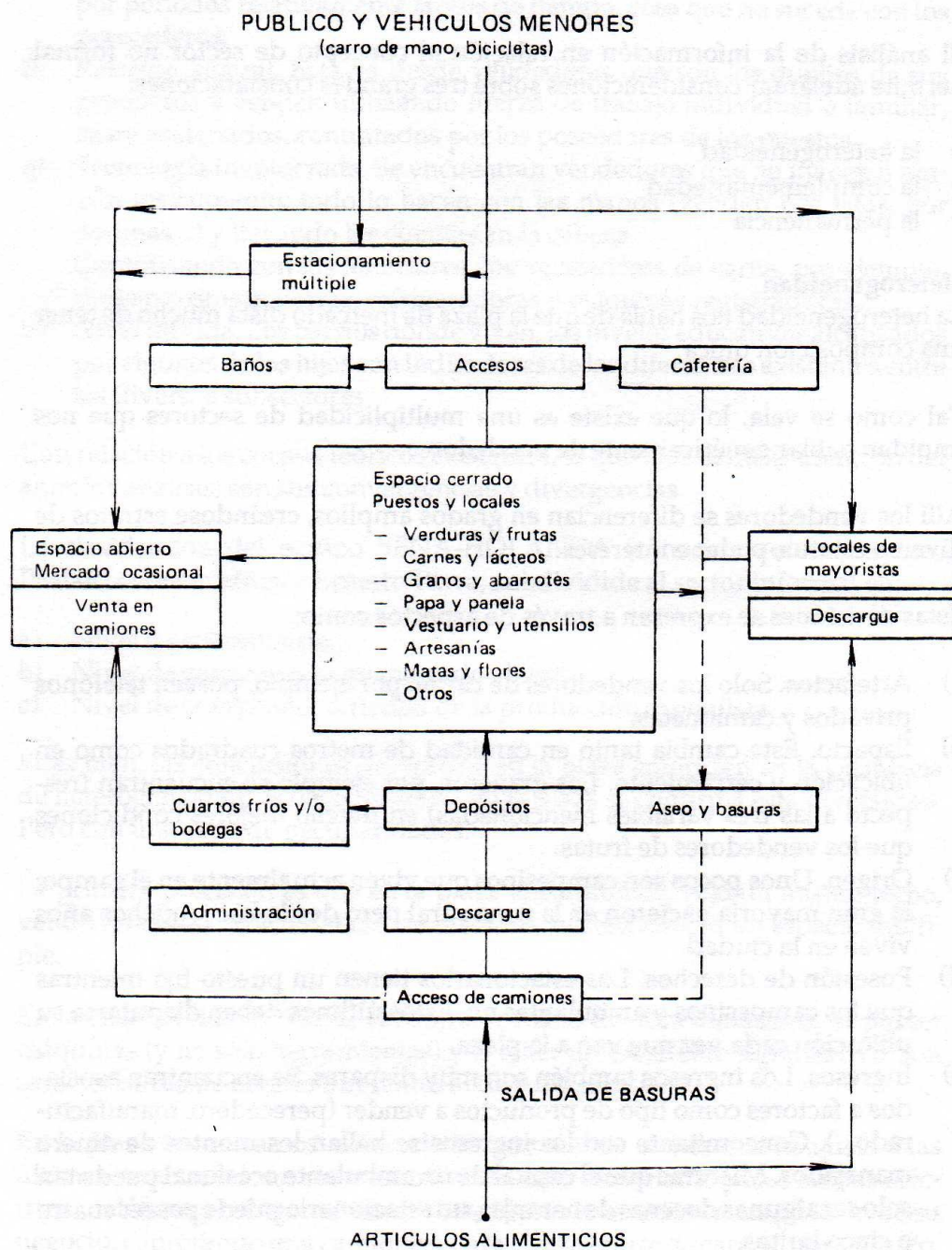
Pero si con la variable tiempo se presenta cierto grado de subutilización, no sucede lo mismo con el espacio. Este es aprovechado al máximo dando lugar en muchas ocasiones (por ejemplo en la disposición de las mercancías) a verdaderas pirámides, dignas de los más diestros acróbatas. Claro está que esta maximización no siempre redundará en beneficio del comprador pues frecuentemente se invaden las zonas de circulación.

Esto respecto al uso del espacio.

Respecto a la racionalidad del espacio construido, lo que se puede visualizar es que el edificio no contiene elementos vitales para una plaza, tales como los cuartos fríos o las bodegas, lo que plasma toda la política que tiene el Estado frente a las plazas y que en últimas, en muy poco termina favoreciendo al consumidor.

Para ejemplificarlo basta comparar el espacio real en el espacio ideal diseñado en 1980 por un estudio contratado por el BCH.

ORGANIGRAMA PARA LA PLAZA CUBIERTA TIPO B



Sector no formal

El análisis de la información en relación al concepto de sector no formal permite adelantar consideraciones sobre tres grandes constataciones:

- la heterogeneidad
- la complementariedad
- la permanencia

Heterogeneidad

La heterogeneidad nos habla de que la plaza de mercado dista mucho de tener una composición única.

Tal como se veía, lo que existe es una multiplicidad de sectores que nos impiden hablar genéricamente de vendedores.

Allí los vendedores se diferencian en grados amplios, creándose estratos de diverso estatus, poder e intereses.

Estas divisiones se expresan a través de aspectos como:

- a) Artefactos. Solo los vendedores de carne, por ejemplo, poseen teléfonos privados y camionetas.
- b) Espacio. Éste cambia tanto en cantidad de metros cuadrados como en ubicación y cerramiento. Los graneros, por ejemplo se encuentran (respecto a las tres variables mencionadas) en mucho mejores condiciones que los vendedores de frutas.
- c) Origen. Unos pocos son campesinos que viven actualmente en el campo; la gran mayoría nacieron en la zona rural pero desde hace muchos años viven en la ciudad.
- d) Posesión de derechos. Los estacionarios tienen un puesto fijo mientras que los campesinos y ambulantes no. Estos últimos deben disputarse su ubicación cada vez que van a la plaza.
- e) Ingresos. Los ingresos también son muy dispares. Se encuentran asociados a factores como tipo de productos a vender (perecedero, manufacturado...). Concomitante con los ingresos se hallan los montos de dinero manejados. Mientras que el capital de un ambulante ocasional puede tan solo ser algunas docenas de naranjas, un estacionario puede poseer cuatro o cinco bultos. De otra parte, los productos no perecederos se prestan a ser almacenados por períodos relativamente largos de tiempo, cosa que no sucede con los perecederos.

- f) Relación laboral. Esta va desde vendedores que son los dueños de sus productos y venden utilizando fuerza de trabajo individual o familiar, hasta asalariados, contratados por los poseedores de los puestos.
- g) Tecnología involucrada. Se encuentran vendedores que no manejan ningún instrumento; todo lo hacen con las manos (venden por latas, por docenas...) y llevando las cuentas en la cabeza.

Contrastando con los anteriores, los vendedores de carne, por ejemplo, poseen costosas sierras, refrigeradoras y máquinas registradoras.

- h) Nivel de vida. Los barrios donde viven o los niveles educativos alcanzados por algunos de los hijos, son indicadores de las diferencias existentes entre los diversos subsectores.

Con relación a los corpus teóricos existentes, lo que más llama la atención del anterior análisis, son sus convergencias y divergencias.

La clasificación del equipo SENA-HOLANDA (conocido como proyecto PMUR) coordinado por Ernesto Parra, subdivide al sector informal en:

- a) Nivel de subsistencia.
- b) Nivel de competencia en mercado abierto.
- c) Nivel de complementariedad de la producción capitalista.

Pues bien, las conclusiones del trabajo en la plaza coinciden en la existencia de heterogeneidad, es decir, también en la plaza se confirma esta diversidad. Pero con una serie de peculiaridades.

La primera precisión es que en la plaza encontramos, bajo un mismo techo, vendedores con características de distintos subsectores; es un espacio múltiple.

En la clasificación de Parra, el contratar mano de obra asalariada, el poseer máquinas (y no solo herramientas) y el tener un excedente significativo, son características de niveles diferentes al de subsistencia.

En la plaza encontramos un vendedor como el de carnes que se ajusta a las últimas características: contrata mano de obra asalariada, posee

sierras eléctricas, teléfono y refrigeradoras y el excedente lo invierte en ampliación de su negocio, comprando una camioneta para el transporte de carnes, por ejemplo.

Pero todos los informales de la plaza se ajustan a las clasificaciones de Parra? Quizá no. El vendedor de granos podría ser un caso donde a pesar de existir mano de obra asalariada, los excedentes o no son muy altos (permitiendo básicamente la reposición), o si lo son, no se invierten sino se utilizan en mejorar el nivel de vida (las excursiones a México, organizadas varias veces podrían ser un indicador). Es decir, se tendría un vendedor con condiciones objetivas para ser un "pequeño capitalista" pero que termina comportándose como un artesano.

Tampoco el vendedor de carne deja de introducir peculiaridades a la clasificación de Parra pues algunos de ellos, generando excedente o invirtiéndolo, no contratan mano de obra.

Ciertamente es necesario entrar a precisar la generalidad de tales afirmaciones, profundizando en el seguimiento de los vendedores. De todos modos, las conclusiones dejan abierta la puerta para comenzar a pensar que es necesario complejizar las clasificaciones. El aporte de Parra es muy importante pero se requiere entrar a tejer hilos más finos entre categoría y categoría, que permitan ir dando cuenta cabal de las imbricaciones de la realidad. Solo de esa manera podremos comprender la situación de la plaza.

Lo anterior apunta a integrar a tales perfiles elementos extra económicos, que permitan más que hacer taxomanías especializadas, buscar mentalidades de manera integral.

Quizá de esa forma pudiera explicarse fenómenos insólitos vividos por programas de tenderos dentro de la plaza. Estos organizaban fondos rotatorios donde los vendedores podían acceder a créditos blandos sin mayores papeleos.

Lo paradójico del caso es que muchos de ellos "fracasaron", pues los vendedores preferían pedir prestado al agiotista de la plaza. ¿Por qué lo hacían? ¿Acaso porque este trámite era aún menos burocrático? ¿O porque pedirles que obtuvieran fiadores (sus propios amigos de la plaza) era demasiado (bastaba la palabra, por ejemplo)? Quién sabe. Lo que sí se puede colegir es que la respuesta hay que buscarla en visiones integrales.

La clasificación de Parra es una clasificación económica y obviamente no se le puede exigir que abarque todos los aspectos; sin embargo, eso no significa que quienes van a desarrollar un programa (inclusive estrictamente económico) dentro de una plaza, no deban ampliar los marcos de sus caracterizaciones. Y es porque aunque existe allí heterogeneidad, esta no se ajusta exactamente a los indicadores teóricos y además, es una heterogeneidad con muchos rasgos homogéneos (como se sugería en el caso del vendedor de granos). ¿Qué decir, por ejemplo de toda una concepción mágico religiosa compartida en la celebración de fiestas a la Virgen o en la matas de sábila?

Complementariedad

La heterogeneidad anterior nos podría llevar a pensar que la plaza es una especie de jungla, donde luchan todos contra todos. Pero no es así.

La plaza, con su gran cantidad de vendedores, termina siendo un micro cosmos relativamente armónico.

En un todo donde las diferencias se convierten en elementos complementarios, gestando un espacio en el cual el comprador puede conseguir gran variedad de mercancías.

El caso más revelador son los vendedores ambulantes. Por regla general no entran en ningún momento a vender la misma clase de productos que los estacionarios. Ofrecen otras cosas.

Inclusive tal división de funciones se presenta como tendencia al interior mismo de los ambulantes. Los ambulantes ocasionales venden miel o lotería, mientras que los ambulantes diarios venden juguetes o confites.

La complementariedad al interior de la plaza llega a niveles tan funcionales que prácticamente se gesta una imbricación cómplice. La articulación entre vendedores estacionarios de perecederos y los restaurantes, es un ejemplo claro. Las frutas que por su grado de maduración no pueden ser ya vendidas, son utilizadas en los restaurantes para ensaladas y jugos.

La complementariedad también se presenta entre la plaza interior, la exterior y el contorno. En la interior se venden alimentos; afuera está la

ropa, las drogas, el tinto... De cierta manera el espacio de la plaza es una gran área comercial al estilo de los fastuosos centros comerciales de moda (obviamente existen diferencias en aspectos como circulación, seguridad, aseo, relaciones interpersonales... tal como señala el estudio de Martín Barbero).

Tampoco componentes de la estructura como el transporte de salida, dejan de mostrar complementariedad. Allí está el carguero que lleva la carga al carro esferado o a la zorra. Y están los taxis que no compiten con estas últimas pues sólo en ellos es posible llevar los mercados a distancias grandes.

Pero la insistencia en la complementariedad no significa desconocer que también persisten competencias.

Lo que sucede es que la mayoría de ellas están fuertemente normadas y no llegan a desbordarse.

La competencia entre los vendedores estacionarios por ejemplo, es muy relativa pues además que estos no pueden aumentar (el número de puestos es fijo), las oscilaciones de los precios están restringidas por los costos de compra (prácticamente los mismos para todos) y las relaciones de amistad (y hasta compadrazgo) existentes.

Claro está que dentro de la plaza subsisten competencias que podrían calificarse de antagónicas, como las existentes entre los vendedores estacionarios y el mercado campesino o entre los vendedores y los rateros (pues estos asustan a los dientes), pero en el conjunto general éstas no alcanzan a tener un peso tan grande que opaque la tendencia general a la complementariedad.

Permanencia

Los vendedores estacionarios de la plaza son muy estables y además realizan solo un tipo de trabajo.

La gran mayoría de ellos llevan entre 10 y 15 años (dependiendo de la edad de la plaza) y en todo ese tiempo solo han desempeñado un solo tipo de actividad (vender).

Esta tendencia contrasta con muchos de los perfiles de los trabajadores del sector no formal que cambian frecuentemente de trabajo (de

albañil a vendedor ambulante, por ejemplo) y hasta se desempeñan simultáneamente en el sector formal (obrero de cultivo de flores entre semana y trabajador por cuenta propia los sábados y domingos).

Los estudios del CEDE de la Universidad de los Andes sobre el sector informal (coordinados por Ulpiano Ayala y Luz Fonseca), han insistido en la movilidad y en la vinculación de los diversos miembros de la familia a también diversos campos económicos.

Aunque estos elementos constituyen un aporte a la comprensión del sector, la plaza, como anotábamos, se constituye en gran medida en una excepción, pues se da la permanencia y además, aunque como anota Ayala, las familias se ven obligadas a vincular a varios de sus miembros al trabajo, lo hacen sin cambiar de actividad.

De todas maneras, a pesar de que sería necesario profundizar el grado de permanencia de los vendedores ambulantes (los ocasionales seguramente responderán muy de cerca a las clasificaciones del CEDE), es significativo detectar la necesidad de modificar -para el caso de las plazas- algunos de los rasgos generales encontrados para el sector informal.

Estrategias de sobrevivencia

Al realizar el análisis de los datos de la plaza otro de los grandes aspectos que se infieren, es el relacionado con lo que se ha denominado Estrategias de Sobrevivencia.

La sobrevivencia en la plaza se gesta a través de una estrategia de trabajo familiar. Algunos hijos ayudan en los puestos de mercado (a vender, cuidar, asear, empacar,...) después de estudiar. Los más grandes, inclusive ya con grado universitario, llegan hasta compartir los puestos con los padres.

Toda la familia comparte el trabajo. Los más pequeños (hijos o nietos) también permanecen en la plaza como lo demuestra (entre otras) la existencia de cunas y corralitos.

Pero la estrategia no solo se estructura alrededor de la familia nuclear; también lo hace a través de redes de compadrazgo y de familia extensa. Ciertamente este aspecto debe investigarse con mayor profundidad pero los casos detectados ya muestran no solo relaciones

de compadrazgo (recuérdese que los vendedores poseen un alto grado de permanencia, lo que favorece el establecimiento de tales redes) sino además, la presencia de miembros de la familia extensa en los diversos espacios de la plaza (espacio interno, espacio externo...).

Tales redes funcionan como complejos mecanismos (los demostraba el caso del crédito) que deben ser investigadas para terminar de comprender la plaza.

De todos modos se podrían sugerir algunos de los detectados.

El primero de ellos se podría denominar "maximización por asociación" y se ejemplifica en aspectos como la compra de productos de manera colectiva (contratación de una camioneta para ir a CORABASTOS). Algunos vendedores se unen para surtirse, lo que les ahorra costos de transporte pero además, les da un gran sentido de grupo.

El segundo es la agresividad (por llamarlo de alguna manera) frente a los competidores. Ya habíamos comentado cómo a los campesinos del mercado exterior les hurtaban una competencia desleal, mandando a miembros de la familia a hacerse pasar por campesinos. Es decir, la solidaridad es una solidaridad de pequeño grupo (entre vendedores estacionarios); no es una solidaridad con todos los vendedores. Lo que se posee es una conciencia de gremio pero no de clase.

El caso de las relaciones entre vendedores de perecederos y los dueños de los restaurantes, también indica cómo se establece una solidaridad de gremio pero para finalmente agredir al comprador (que es el que termina consumiendo productos de mala calidad).

A nivel de actores diferentes a los vendedores estacionarios también es posible detectar estrategias de sobrevivencia. La misma modalidad de ambulante ocasional, por ejemplo, nos habla de ellas. Se va a la plaza pero no todos los días, mientras tanto se buscan otros espacios más rentables.

Tampoco los compradores escapan a dichas estrategias. El comprador de los lunes o el comprador diario son pruebas de ello.

TEORÍA CRÍTICA

El análisis de los circuitos de circulación de productos extractados de las gráficas presentadas, arrojan los siguientes resultados:

Actores				No. de intermediarios
Productor	Consumidor			(0)
Productor	Vendedor	Consumidor		(1)
Productor	CORABASTOS	Vendedor	Consumidor	(2)
Productor	Comp. Finca	Vendedor	Consumidor	(2)
Productor	Comp. Finca	CORABASTOS	Vendedor Consum.	(3)
Productor	Comp. Finca	CORABASTOS	Vendedor Comp. Consum.	(4)

Como se puede observar existen desde cero intermediarios (el caso del campesino que va a vender sus propios productos) hasta cuatro. Este último parte del productor, pasa al comprador en finca, luego a CORABASTOS, de allí a un vendedor de la plaza, en ella un tendero la compra, y finalmente es vendida al consumidor final.

Esta cadena encarece lógicamente a todos los productos, con una característica: los intermediarios se las arreglan para comprarle al productor lo más barato posible y venderle al consumidor lo más caro que puedan. Los extremos de la cadena, son pues, finalmente los perjudicados.

El campesino productor que viaja al mercado campesino de las plazas, realiza un intento por saltarse los eslabones pero ya hemos visto la competencia desleal que "le montan" los vendedores estacionarios al "infiltrar" familiares y de otra parte, tal estrategia es de por sí tremendamente reducida, dado que solo es accequible a los campesinos que viven muy cerca de Bogotá (pueden regresar el mismo día, lo que les evita el pago de hotel).

Y es aquí donde surgen las preguntas críticas. ¿Qué hace el Estado para controlar tal encarecimiento?

El Estado es socio mayoritario en CORABASTOS y además es el dueño de las plazas de mercado. Si tuviera voluntad política podría enfrentar el problema. Sin embargo, la realidad es muy distinta.

Los vendedores tanto de CORABASTOS como de las plazas, pagan un arriendo ínfimo por el uso del puesto. El arriendo alcanza a ser 100 y 150 veces más pequeño que el que los adjudicatarios de los puestos cobran al subarrendar.

En estas condiciones, el Estado nunca tiene dinero para construir cuartos fríos y bodegas de almacenamiento; pero la decidía es aún mayor, puesto que ni siquiera realiza controles que no implican inversiones y que sí cualifican los productos, tales como la clasificación, el empaque y la información de precios en la plaza.

El Estado, entonces, hace enormes inversiones en infraestructura para finalmente ponerlas al servicio de un reducido número de comerciantes que se ceden los derechos de uso en sus propios términos, creando en la práctica una figura jurídica muy semejante a la posesión (sin propiedad) a perpetuidad.

Pero las plazas no son los únicos lugares donde se puede “hacer mercado”. Existen una serie de circuitos alternos tales como las Cajas de Compensación y los Mercados Móviles. Los circuitos alternos poseen una serie de ventajas y debilidades frente a las plazas de mercado. Veámoslas:

EMPRESA ESTABLECIMIENTO	Grupo de Mercado	Modo de Venta	Frecuenci a	Ventajas Público
----------------------------	---------------------	---------------------	----------------	------------------

	perecederos	Prod. No vegetal	Carbohidratos	Prod. Origen animal	Al detal	Al por mayor	Permanente	Periódico	Precio	Variedad	Surtido	Cercanía	Facilidad – Crédito	Aseo – comodidad
Tienda miscelánea	●				●		●					●	●	
Tienda especializada	●	●	●	●	●		●	●	●	●	●			
Supermercado comercial	●	●			●		●	●			●			●
Supermercado caja de comp.	●	●			●		●	●	●					
Plaza de mercado		●	●	●	●		●	●	●	●	●		●	●
Central de abastos	●	●				●	●	●	●	●	●			●
Mercados móviles		●	●	●	●			●	●	●		●		

Como se desprende de anterior cuadro, las principales debilidades de las plazas son su ubicación, la que viene a obviar en gran medida el Mercado Móvil y el aseo y comodidad (que ofrece la caja de compensación y el supermercado).

Respecto a precios, estos son más baratos en las plazas de mercado pero aunque cuestan menos son de inferior calidad a los de los supermercados, de donde obtienen su supremacía; sin embargo, últimamente los mercados móviles (que lo que terminan haciendo es saltarse a CORABASTOS y a las plazas) están ofreciendo algunos productos más baratos que estas, entrando a romper su hegemonía.

También hace un tiempo las cajas de compensación han comenzado a vender productos perecederos, comenzando a competir con las plazas no solo en precios sino en clasificación, higiene y empaque.

Pero las plazas todavía conservan una serie de ventajas sobre los circuitos alternativos. Las comparaciones de Martín Barbero entre supermercado y plazas, explicitan aspectos de la plaza tales como la relación directa entre dueño del producto y compradores, o negociación con rebaja y en ocasiones hasta fiado, las cuales

contrastan con la impersonal y aséptica relación en el supermercado de precios fijos.

Las plazas distan mucho de ser aniquiladas por los circuitos alternos. Todavía compiten en buenas condiciones.

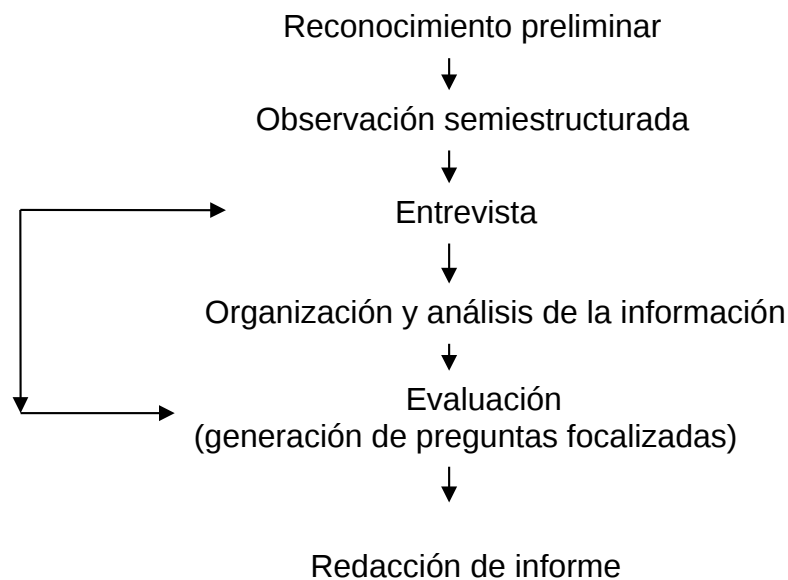
De todos modos, no se han consolidado alternativas que redunden radicalmente en beneficio del productor y el consumidor que en este momento resultan los más perjudicados.

XII. EVALUACIÓN

Ubicación y función

La evaluación dentro del trabajo hay que verla como una instancia de confrontación y profundización de las interpretaciones que se van realizando.

Aunque de cierta manera se lleva a cabo permanentemente, existe un momento específico para ella. La evaluación nos permite ir pasando de las observaciones y preguntas desestructuradas a las selectivas. De ahí que esquemáticamente se podría plantear un diagrama como el siguiente:



Como se desprende del diagrama, la evaluación remite nuevamente a la entrevista, precisamente para confrontar la información o para buscar llenar lagunas (obviamente también esto implica observación pero ya selectiva).

Balance

El proceso anterior fue seguido a grosso modo (aunque no muy conscientemente). De todos modos se puede convertir en un punto de referencia.

Esa sería una de las primeras autocríticas. Pero hay más.

Lo cuantitativo, aunque fue tocado tangencialmente, no se hizo con la suficiente amplitud ni sistematicidad, privándonos de obtener una serie de informaciones que a la postre pueden resultar importantes para el análisis y las conclusiones. No supimos, por ejemplo, cuántos vendedores estacionarios había en total, cuál era su edad, su grado de escolaridad... etc. Ciertamente es explicable la desconfianza por lo cuantitativo (desde una posición alternativa), pero hay que dejar de lado los prejuicios para entender que lo cuantitativo en sí mismo no es rechazable y que en la medida que esté convenientemente contextualizado, aporta datos significativos.

Claro está que muchos datos cuantitativos por mas se quiera, no son fáciles de obtener sino de después de un tiempo mucho más prolongado que el vivido por nuestra experiencia pues conseguir información veraz sobre, por ejemplo, las ganancias, requiere un altísimo grado de confianza.

Pero las fallas no solo están en lo cuantitativo. También en lo cualitativo faltó profundidad y precisión. De ahí que las entrevistas y las historias de vida no nos permitieran poder declarar taxativamente el grado de compadrazgo o parentesco de los vendedores, teniéndonos que contentar con la constatación de casos particulares. La posible explicación puede estar en que en lugar de transcribirlas una por una, se fueron sintetizando por grupos, sin darse tiempo para expresarlas.

Finalmente, la etnografía terminó demasiado cargada hacia lo socio-económico, lo que es completamente explicable pues la plaza posee como vocación fundamental la compra y venta de productos. Sin

embargo, facetas como lo cultural, lo afectivo o lo religioso, sólo fueron abordadas someramente y en el balance final muy poco terminó conociéndose al respecto. Obviamente que una etnografía educativa no tiene cómo abarcarlo todo, pues posee límites de tiempo distintos a los fijados por un etnógrafo en un grupo indígena, por ejemplo. Pero eso no la excusa de haber soslayado algunos aspectos cruciales para el entendimiento de la realidad.

Quizá no sobra decir, que los problemas anteriores pueden explicarse en la medida que se recuerde que nosotros también estábamos aprendiendo.

XIII. CONFIABILIDAD Y VALIDEZ

La validez puede ser interna y externa. La externa nos habla del grado de generalidad y la interna del nivel de subjetividad.

Respecto a la generalidad, habría que decir que la muestra de tres plazas es relativamente representativa de lo que sucede en Bogotá. Ciertamente, hay que aclarar que existen varios tipos de plazas pues no es lo mismo la plaza de La Perseverancia que las de Las Ferias; varía fundamentalmente su tamaño. La generalización tendría que limitarse, entonces, a las plazas de gran tamaño.

En relación a la subjetividad, la constitución en grupos de tres y el debate tanto de los equipos de una plaza como entre las diversas plazas, da un importante grado de validez.

Otro aspecto que expresa la “potencia” de los resultados de la investigación es la confiabilidad. Esta se prescribe también a nivel externo e interno.

La confiabilidad externa gira básicamente sobre la posibilidad de replicación. Si otro grupo de investigadores realizara la misma experiencia, ¿obtendría las mismas conclusiones? Realmente tal constatación no se realizó. Hubiera sido muy interesante lograr que otra promoción de estudiantes trabajara la misma plaza y aunque tal oportunidad se presentó, se ubicaron en una plaza diferente.

La confiabilidad interna, en cambio, se da por razones similares a las aducidas para la validez interna: la existencia de diferentes grupos que

miran un solo objeto de investigación y su debate y confrontación permanente.

De todos modos, visto retrospectivamente, la validez y la confiabilidad se hubieran podido optimizar aún mas, optimizando a su vez, los debates y las confrontaciones.

XIV. REDACCIÓN

Sobre la redacción hay que empezar aclarando que el trabajo que se ha presentado ha sido escrito por mí, tomando (obviamente) en cuenta los presentados por los estudiantes y las observaciones del equipo de profesores que me acompañó en la “aventura”.

Pero la redacción de los estudiantes posee varias diferencias con esta redacción: los estudiantes no plantean el método de investigación sino los resultados de ella. Se da una ausencia de reflexión sobre el proceso mismo de producción de conocimiento.

En principio esto puede parece correcto. A los estudiantes, que están aprendiendo metodología, no se les puede pedir simultáneamente una reflexión sobre la metodología, una meta metodología. Ese es el papel de los profesores.

Pero habría que relativizar lo anterior pues cada vez nos queda más claro que precisamente la valoración de la experiencia y la formación del estudiante, se gesta en la aprensión de esta meta-metodología. No es suficiente saber hacer, se debe saber cómo sabe hacer.

Ciertamente en el transcurso del proceso se reflexionó sobre la metodología con los estudiantes pero no se les pidió que lo integraran en su redacción final.

De otra parte, esta no es la única tensión que se expresa en la redacción. La mayoría de los estudiantes (no todos), aunque recabaron información de manera pormenorizada, prácticamente se quedaron en la clasificación; no lograron entrar a relacionar y estructurar los componentes.

Lógicamente que el nivel de análisis tampoco fue el esperado. En parte por no haberse elevado a la construcción de modelos y en parte por no poseer marcos conceptuales suficientes desde dónde entrar a leer la

información. Es decir, existen limitaciones tanto sobre la información (para formalizar), como sobre el contenido. Aquí es donde se ve claramente el papel de la teoría. Aunque no se trata de ir a comprobar o disprobar hipótesis, ni de amarrarse con una teoría preestablecida, los corpus y las categorías son los lugares de donde se entra a mirar la información (y también de alguna manera a producirla). Estos son los que permiten superar la mera descripción.

Precisamente por quedarse a nivel descriptivo (y dentro de este a nivel básicamente clasificatorio, a pesar de que la mayoría de las redacciones incorporaba la información necesaria para dar el salto), a algunos pocos estudiantes les quedó la sensación de que el trabajo fue muy cercano a un mero “divertimento”, sin percibir las implicaciones de lo hecho.

A esta trivialización también contribuye el no valorar la búsqueda del cambio de paradigma. Como no es cierto que la mayoría de estudiantes en pregrado adquieran una formación investigativa (ni siquiera en términos positivistas), no les es fácil apreciar los alcances de la investigación cualitativa, ni la importancia de ubicarse en una perspectiva de descubrimiento y creación.

La redacción permite pues, detectar una serie de problemas. Habría que aclarar que el informe final incluía no solo lo trabajado en la clase de práctica (metodología de la investigación) sino en otras áreas que simultáneamente y de manera magistral, se veían. Muchos trabajos lograron articular con relativo éxito la teoría estudiada con la práctica hecha, lo que implica tener que matizar algunas de las afirmaciones anteriores.

XV. CULMINACIÓN

En las etnografías la culminación es realmente la salida del investigador y básicamente se reduce a dejar en la comunidad estudiada, buenos amigos.

Dentro de nuestro planteamiento, culminación tiene que ver con devolución de la información y además, con el inicio de un programa de trabajo de manera participativa.

Es decir, la culminación no es el fin sino el principio de una nueva etapa.

De manera análoga a lo planteado por Bosco Pinto (el cual a su vez escoge a Freire), habría que comenzar a dar pasos en función de que lo investigado se convierta en elemento de diagnóstico para aprender y transformar la realidad. La devolución es entonces el pivote de arranque para, conjuntamente con la comunidad, iniciar la implementación de esas otras dos letras de la (IAP) que serían la (AP). (Ver APORTES 20. Dimensión Educativa).

Ya habíamos anotado que el mismo Freire involucraba a algunos miembros de la comunidad en la fase de investigación etnográfica, cosa que nosotros no hicimos y que a pesar de que trae complejos problemas (como la diferencia de horizontes culturales que señalábamos en el capítulo sobre etnografía e IAP), se hace indispensable realizar, a riesgo de sucumbir nuevamente a la separación entre investigador y actor transformador.

La idea era incorporarlos pero después de que el equipo hubiese tenido una primera aproximación, precisamente para evitar entrar a integrarse prematuramente con personas que eventualmente generaran rechazo en otros miembros de la comunidad. Esto es viable pues el proceso de conocimiento de la realidad no se agota en una aproximación y la segunda fase bien puede iniciarse con una nueva investigación, pero esta vez con miembros de la comunidad y con un equipo que ya sabe por lo menos “donde se encuentra parado”.

La propuesta difería, entonces, de la Freire, en el momento de integración de los miembros de la comunidad.

De todos modos lo proyectado no se pudo realizar pues las directivas de la universidad macartizaron el trabajo y no renovaron mi contrato (una manera de despedirme), “deshaciéndose” del resto del equipo de profesores en los siguientes semestres. A la universidad le pareció inconducente la (IAP) y las experiencias que alrededor de ella nos encontrábamos impulsando. Un triste final para una experiencia que prometía tanto.