

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DEL PERÚ

La carrera delictiva de *dealers* universitarios: Deriva, riesgos y ambigüedades en los jóvenes micro-trafficantes de Lima metropolitana.

Tesis para optar el Título de Licenciado en Sociología

Nestor Alvaro Pastor Armas

Asesor: Omar Pereyra Cáceres

Julio 2017

Contenido	
Agradecimientos	4
Resumen:.....	10
Capítulo 1: Introducción	11
1.1. Estado del Arte.....	17
1.1.1. El micro comercio de drogas desde la sociología	18
1.1.2. El micro-comercio de drogas en Lima Metropolitana.....	23
1.2. Marco Teórico.....	28
1.2.1. El modelo secuencial de las carreras criminales	32
1.2.2. La venta de drogas como “ocupación de riesgo”.....	37
1.3. Marco metodológico	40
1.3.1. La selección de los casos.....	41
1.3.2. Las herramientas metodológicas	43
1.3.3. Análisis de la información	46
1.3.4. Los casos: dealers de clases medias	47
1.3.5. Compromisos éticos	49
Capítulo 2: La deriva hacia la venta de drogas ilegales	51
2.1. La experiencia en el consumo de drogas ilegales	52
2.2. El desarrollo de motivaciones desviadas y sus justificaciones.....	61
2.3. Ser <i>dealer</i> : una decisión de ‘riesgo’	73
2.3.1. Las redes de amistad y confianza.....	74
2.3.2. El acceso a las fuentes de suministro	79
2.4. Los mecanismos del involucramiento hacia la venta de drogas.....	83
Capítulo 3: Aprender en la práctica: el desenvolvimiento en el micro-comercio de drogas en ‘espacios protegidos’	86
3.1. Las técnicas del micro-comercio de drogas en espacios protegidos	87
3.2. Las reacciones de los <i>dealers</i> frente a las autoridades sociales	106
3.2.1. Ocultarme de mis padres.....	107
3.2.2. La policía y la seguridad universitaria	112
Capítulo 4: ¿Quién quiere ser <i>dealer</i> toda su vida?	120
4.1. La reducción progresiva de las redes sociales.....	123
4.2. Ser <i>dealer</i> o trabajar formalmente.....	126
4.3. Las posibles salidas.....	130
Capítulo 5: Conclusiones y Reflexiones finales.....	134
5.1. La deriva hacia la venta de drogas ilegales	134
5.2. Las técnicas de venta en el micro-comercio de drogas en espacios universitario.....	138

5.3. ¿Ser <i>dealer</i> para toda mi vida?.....	140
5.4. Reflexiones finales y preguntas pendientes	142
Bibliografía	145
Anexos	152
Anexo 1: Glosario de palabras	152
Anexo 2: Guía de Entrevista	153
Anexo 3: Compromiso ético	157



Agradecimientos

En todo el proceso de realizar esta tesis he podido conocer a grandes personas que me ayudaron directa o indirectamente a realizar este proyecto. Sin ellos no hubiera podido poder sobrellevar esta investigación que es a la vez caótica y emocionante. Siempre esperé el momento para agradecer profundamente a las siete personas que entrevisté. Con ellos pasé gratos momentos, con bromas, conversaciones amenas y fiestas. Ellos tuvieron que soportarme, ya que los fastidié hasta el cansancio para que me aceptaran una entrevista. Estas siete personas aceptaron contarme sus trayectorias, me enseñaron sus principales actividades cotidianas, y, sobre todo, me enseñaron la forma en que ellos definen la realidad que les rodea. Estas siete personas permitieron que pueda desarrollar uno de mis mayores intereses en la sociología: tratar de entender la cotidianeidad de las personas y cómo estas entienden el mundo en el cual se desenvuelven. Sin duda, estaré siempre agradecido de haberlos conocido y de dejarme participar en sus vidas.

A lo largo de mi carrera como estudiante, me interesaba el tema de la delincuencia juvenil y el uso de drogas en jóvenes. Fue ahí que me topé con mi primer problema: las prenociones de los docentes. *“cómo vas a estudiar eso”, “eres un estudiante de pre-grado, cómo entrarás al campo”,* y la lista podría continuar. Estas críticas eran ciertas, y me hacían reflexionar sobre cómo entraría a un lugar “peligroso”, cómo lograría que un joven delincuente me acepte una entrevista, dónde comenzaría, qué hago. Sin duda, estas

afirmaciones relacionaban a la pobreza con la delincuencia, y de hecho era algo que quería estudiar: un barrio pobre en donde presumiblemente existan jóvenes que se involucran en actividades delictivas. Este espacio social era inaccesible para mí dada mis condiciones: alumno de pre-grado, sin presupuesto y sin contactos. Sin embargo, las críticas de estos docentes me hicieron reflexionar y ampliar mi visión hacia otros espacios sociales más familiares para mí. Me hicieron darme cuenta que no solo en los “barrios pobres” hay delincuencia, me hicieron mirar la realidad que me rodeaba a mí: ver jóvenes universitarios que se involucran en una actividad delictiva particular: vender drogas a pequeña escala.

Es así como terminé indagando más sobre este tema. Primero, le consulté a un gran amigo, quien era consumidor habitual de marihuana, sobre a quién le compraba hierba, y me comentó que “a su mejor amigo”. Este mejor amigo estudiaba en otra universidad privada, vivía con sus padres, quienes le pagaban sus estudios y sus necesidades básicas, era de piel blanca y sin ninguna “necesidad” de tener que vender drogas. Entonces, ¿cómo era eso posible? Fue esa primera paradoja la que me llevó a realizar esta investigación, a tratar de indagar qué hay en esa caja negra. Es por ello que agradezco a aquellos docentes que me criticaron. Muchas gracias por forzarme a perseguir mis intereses y encontrar la forma de estudiarlos sociológicamente.

Este gran camino no lo habría podido realizar sin el apoyo de mi familia; quienes han tenido que soportar mis grandes ausencias por tener que amanecerme leyendo o escribiendo. Gracias a mi mamá y papá quienes

trabajan diariamente, hasta el cansancio, para pagar estas boletas exorbitantes de esta educación cada vez más elitista, que da más dolores de cabeza que satisfacciones. Valoro mucho ese esfuerzo que hacen. Gracias padres por confiar en mí e inculcarme el respeto hacia los demás. También, gracias a mi hermana Pao y mi querido sobrino Gabriel, quienes me entienden, saben que soy renegón, y logran divertirme mucho y saben cómo hacerme sonreír. Debo agradecer también a mis tías Teresa y Lili quienes constantemente me prestaron las computadoras en las que escribí los primeros borradores de la tesis. A mi primo Rodrigo que con sus conversaciones me animaba a seguir adelante y darle orden al proyecto. Y a mi tío Víctor quien siempre me daba una mano para seguir con mis estudios. Sin duda, gracias familia por ese esfuerzo y confiar en mí. Los quiero mucho.

Además de mi familia, hay una gran cantidad de personas a las que debo y valoro mucho. En primer lugar, gracias Luciana Grillo por todo, por tus abrazos y palabras de apoyo, por prestarme tu laptop, por dejarme descansar en tus hombros, por criticarme y corregirme, por esos viajes llenos de reflexión y aprendizaje, y podría seguir narrando cosas. Eres y serás una persona muy especial para mí. También, gracias a mi querido amigo “el gordo”, Luis Alonso, quien me visitaba en mis momentos de angustia, me escuchaba, y me enseñó (indirectamente) a distanciarme de lenguaje sociológico. Amigo, jamás olvidaré las conversaciones en donde yo te contaba qué quería investigar y buscaba que me entiendas. Gracias por eso querido Gordo. A él se le suma mis amistades de la infancia, Jhamir, Diego, Mijail, Javier, Nehúen, con quienes

suelo reunirme y encontrar un espacio de relajación necesario. Gracias amigos por estar ahí.

Ahora están los amigos de la universidad, a grandes personas he conocido. A todos ellos gracias por compartir esta etapa conmigo. Especialmente, agradezco a Hernán Manrique por compartir desde música hasta artículos académicos, momentos de diversión y discusión sociológica. Gracias por leer varias veces mis textos, debo reconocer que te molestaba bastante para que leyeras lo que escribía. He aprendido mucho de ti. También está Vera Flores, con quien me divierto demasiado y recibo apoyo constantemente, gracias por compartir todos estos años conmigo Vera. También están los “Chupamaros”, mis queridos amigos de la promoción de sociología: Raúl, Chapita, Frida, Nelly, Daniela, las dos Natally’s, Jimena, Rodrigo, Vania, John Lenon, Diego M y Diego N. Gracias amigos, por compartir sus conocimientos, por enseñarme a reflexionar, por sus críticas y consejos, por compartir cervezas, bailes y llantos, y por escuchar mis discursos cuando he tomado de más. Me he divertido mucho con ustedes y espero seguir haciéndolo.

Ahora, quisiera agradecer profundamente a mi asesor Omar Pereyra, quien me enseñó que hacer una investigación es un proceso caótico. Ha sido lo más sincero que he aprendido en mi carrera como sociólogo. Aprendí mucho en sus clases de Teoría Sociológica 3, desde Parsons hasta las críticas que le hicieron desde el interaccionismo simbólico. Sobre todo, aprendí bastante en sus clases de etnografía. Gracias profesor por esas lecturas tan precisas que sirvieron de gran insumo para pensar y distanciarme de mi objeto de estudio. Gracias por

corregir mis constantes manuscritos y las críticas que me realizaba. También debo agradecer a Maritza Paredes, Santiago Alfaro y Guillermo Rochabrún, quienes en sus respectivos cursos corrigieron mis primeros esbozos de esta tesis y ayudaron a darle “forma”. Un profundo agradecimiento al profesor Orlando Plaza, quien en sus clases de teoría 1 nos forzaba a reflexionar sobre qué es la sociología y para qué la estudiamos. Gracias profesor, jamás olvidaré sus clases y sus consejos.

También están las personas que me ayudaron en el proceso, que leyeron algún manuscrito que les mandé para que le den “una revisada”, para que me calmen en mi desesperación. Estas personas son Sebastián Muñoz-Najar, quien alguna vez leyó un manuscrito; Ignacio Pezo, que fue mi Jefe de Práctica en Métodos III; Sharon Gorenstein, quien siempre me daba ánimos para afrontar todas las adversidades que encontré en el camino y me criticaba duramente; a Viktor Benzús, quien me ayudó a corregir el abstract para el LASA 2017; y a Diego Tuesta, quien me comentó una ponencia y dio correcciones para seguir con este proyecto; y Jaris Mujica quien colaboró con comentarios y correcciones. También, debo agradecer a las personas que contribuyeron a que me involucre en investigar un tema relacionado a las drogas en el Perú, Luis Gavancho y Ricardo Soberón, gracias por atenderme cuando lo requise. Finalmente, debo agradecer a las personas de la Oficina de Ética de la Investigación e Integridad Científica de la PUCP, quienes me asesoran cuando encontré dificultades y me enseñaron a seguir con mis objetivos, gracias por su apoyo.

Sin lugar a dudas, habrá más personas que agradecer, pero el espacio apremia. Lo importante de todo ello es que, si bien escribí esta tesis solo, siempre estaban presentes todas estas personas, en cada letra que ponía estaba su apoyo, sus expectativas, las emociones y críticas que me trasmitían, y las buenas vibras que me daban. Esta tesis está dedicada a mi familia, a mis padres, y a todas esas amistades que encontré en el camino.



Resumen:

La presente tesis analiza el desarrollo de la carrera delictiva de *dealers* en espacios de educación superior privados de Lima Metropolitana. Este estudio cualitativo y exploratorio basó su análisis en las entrevistas semi-estructuradas y las conversaciones informales con siete jóvenes *dealers*. La trayectoria ha sido analizada en tres etapas: 1) la transición de consumidores de drogas a vendedores, 2) el desenvolvimiento en el mercado de drogas y, 3) los posibles procesos de salida de esta actividad. Se considera que la transición de consumidor a *dealer* no es un salto a un ambiente desconocido sino un paso a un ambiente familiar ligado al consumo de drogas. Asimismo, el desenvolvimiento es un proceso de aprender en la práctica, en el que los *dealers* empiezan a manejar su “doble vida” entre el ambiente delictivo y los convencionales. Mientras que dejar de vender drogas es un proceso complejo que está mediado por los proyectos de vida que tienen los jóvenes; el acostumbramiento a la actividad delictiva; y por la reducción de sus redes sociales a personas consumidores de drogas.

Capítulo 1: Introducción

Felipe vende marihuana desde hace 5 años. Fue a los 21 que empezó a realizar sus primeros intercambios, sin tener muchas preocupaciones por la posibilidad de ser detenido por la policía o ser descubierto por sus padres. Sentía que era una forma fácil de conseguir marihuana gratis para solventar su consumo recreativo y de obtener dinero para salir los fines de semana a divertirse con sus amigos(as). La poca preocupación sobre el riesgo que implicaba realizar un delito se debía a que sus primeros clientes eran —y hasta ahora lo son— sus amigos(as) consumidores recreacionales de marihuana a quienes fue conociendo mientras cursa sus estudios superiores. Asimismo, la droga que vendía la conseguía de un distribuidor que conoció por medio de un amigo de su universidad.

En todos estos años, Felipe ha aprendido a establecer redes con clientes y a manejar la seguridad con dichas redes; a organizar las transacciones en determinados horarios y espacios que considera seguros; a manejar las impresiones con personas externas a la red de consumidores; y a empezar a disfrutar de la posibilidad de tener dinero en efectivo para realizar actividades recreacionales. También aprendió a evitar ser capturado por la policía y/ o ser descubierto por sus padres. A su vez, tuvo que afrontar una denuncia por

tráfico ilícito de drogas que le impusieron por haberse encontrado 300 gramos de marihuana dentro de la universidad. Por ello, tuvo que pagar un total de 5000 soles para que su expediente fuese borrado. Según él, este pago se distribuyó entre los policías y el fiscal. La experiencia de tener una denuncia penal interrumpió la venta de marihuana por tres meses, pero continuó haciéndolo porque aún mantenía las redes de clientes y el acceso a la droga que aquellos demandaban. Además, percibía que la forma en que funcionaba el sistema policial y el de justicia eran corruptibles. Para él, “*había un precio para salir limpio*”.

En la actualidad, Felipe se encuentra próximo a acabar su carrera universitaria. Ha realizado prácticas pre-profesionales y al mismo tiempo vendía marihuana. Dejó estas prácticas por un tema de cruce de horarios con sus cursos de la universidad. Ahora, le empieza a preocupar su futuro profesional, pero cree que no tendrá problemas en conseguir un trabajo formal. Sin embargo, tampoco cree que dejará de vender marihuana, ya que considera que podría complementar ambas actividades, de modo que la posibilidad de dejar de ser *dealer*¹ aún no está definida.

La historia de Felipe es similar a la de los otros seis jóvenes estudiados; todos ellos cursan estudios superiores en centros educativos privados y tienen al menos un padre profesional —quienes les proveen de dinero para sus gastos en comida, vivienda, internet, movilidad e incluso propinas para que

¹ La palabra *dealer* se utiliza en el lenguaje cotidiano para referirse a vendedor de drogas a pequeña escala. De ahora en adelante cuando se utilice la frase “jóvenes dealers” o “dealers” se hará referencia a los actores entrevistados. En caso contrario se hará explícita la distinción. En el Anexo 1 se pueden observar los términos utilizados por los entrevistados con sus respectivos significados.

salgan a divertirse con sus amigos(as). Además, todos ellos se han involucrado en la venta ilegal de drogas a pequeña escala durante su estadía por estos espacios educativos. Ellos se encuentran dentro de un mercado ilegal que no presenta jerarquías ni estructuras controladas por organizaciones criminales; es decir, son comercializadores independientes que se encuentran inmersos en redes de amigos consumidores de drogas.

La presente tesis es un estudio exploratorio cuya pregunta de investigación es *¿por qué razones estos jóvenes entran en dinámicas delictivas y asumen riesgos?* El objetivo de esta pregunta es abordar el paradigma sociológico y criminológico de las carreras delictivas a partir de los siete casos estudiados. Este es un marco de análisis que permite estudiar la secuencia longitudinal de crímenes cometidos por una persona durante un periodo de tiempo (Blumstein, Cohen y Farrington, 1988). Esta aproximación se ha centrado principalmente en los estudios de los mecanismos que subyacen y permiten el desarrollo de tres etapas de la carrera criminal: 1) su inicio y/o involucramiento, 2) su despliegue y posible escalamiento, y 3) el desistimiento de la actividad criminal (Piquero y Jennings, 2009).

Asimismo, esta investigación toma como un referente importante a Howard Becker (1953; 1971; 2014). Este autor señala que las carreras de una persona se construyen en interacción con otros. En dicho proceso se producen variantes en los comportamientos, motivaciones y puntos de vista de los actores desde sus propias experiencias. Además, ha hecho un gran aporte en la comprensión que le dan los actores al consumo de drogas. Becker sostiene

que la organización social del consumo de drogas – sea para fines recreativos, médicos, religiosos u otros – influye directamente en el sentido e interacciones que los actores le dan a esta experiencia (Becker, 2014: 66). En esa medida, la presente tesis busca dialogar con estas aproximaciones para comprender tres momentos claves en el desarrollo de la carrera del *dealer*: 1) su experiencia como consumidores de drogas y su transición hacia la venta ilegal. 2) el desarrollo y despliegue de actividades en venta de drogas. Y 3) los procesos de desistimiento de la actividad.

Esta investigación considera importante retomar la percepción del riesgo que tienen los actores. Esta será medida a partir de lo percibido por los entrevistados, más no por una medición preestablecida por el investigador (Jacobs y Dopkeen, 1990). Diferimos de las perspectivas de la acción racional que afirman que los individuos quiebran las normas convencionales por medio de un cálculo racional de costo y beneficio en donde evalúan los riesgos y la intensidad de sus daños (Matsuede, et. al, 2006); o de las aproximaciones que sostienen que las motivaciones que conllevan a realizar actos delictivos se deben a una búsqueda de masculinidad y/o adquirir una reputación a través del respeto de su grupo de pares (Cloward y Ohlin, 1960). Esta tesis se apoya en la perspectiva de las teorías sociológicas de las ocupaciones de riesgo propuesta por Mathew Desmond (2007). Dicho marco de análisis permite argumentar que la percepción que tienen los entrevistados sobre el riesgo de su carrera/ocupación está contextualizada y es influida por las redes de intercambios de drogas ilegales.

Para recopilar la información necesaria para este estudio, se realizaron dos entrevistas semi-estructuradas a cada uno de los siete jóvenes entrevistados, así como conversaciones informales con todos ellos. Se consideró a cada actor como un caso particular; ello con el objetivo de tener un análisis a mayor profundidad sobre el desarrollo de su carrera delictiva. Además, cada entrevistado fue informado sobre los riesgos y compromisos éticos de esta investigación. Para proteger su anonimidad y confidencialidad, se codificaron a los actores entrevistados, para luego modificar sus nombres, así como borrar referencias contextuales que permitan identificarlos.

Analizar a cada individuo como un caso particular también contribuye a conocer las características de estas redes de mercado y, sobre todo, comprender el desarrollo de la ocupación de ser *dealer* dentro de un contexto social universitario. Estas redes se caracterizan por ser ambientes poco violentos, en donde se venden drogas – como marihuana, LSD, éxtasis, hongos psicodélicos y cocaína² - cuyo uso es definido como recreacional por los propios actores. Además, lo particular de estas redes es que son poco visibles para las autoridades policiales; por tanto, tienen menos probabilidades de ser capturados.

La principal limitación de esta investigación es que existe una gran variedad de formas en que se organizan los mercados de drogas ilegales en otro tipo de

² La marihuana o cáñamo es una planta cuyo principio psicoactivo es el tetrahidrocannabinol (o THC). La cocaína es un tropano hecho en base a la hoja de coca y otros insumos químicos, generalmente se ingiere por vía nasal. El LSD es una sustancia alucinógena que se deriva del ácido lisérgico que estimula el neurotransmisor serotonina. Los hongos también son sustancias psicodélicas que pueden crecer junto al estiércol de ganado vacuno o ser cultivados domésticamente, esta sustancia también tiene efectos sobre la serotonina. El MDMA o éxtasis es un fármaco que tiene como rasgo central potenciar la empatía y la efusividad de las personas que lo consumen. (Para mayor información ver la página web de Antonio Eschotado: <http://www.eschotado.com/historiageneralde lasdrogas.asp>. Fecha de consulta: 03/09/ 2015).

espacios sociales y diversas formas en las que los actores podrían justificar sus acciones, tema que esta tesis no podrá abordar, debido a que es un estudio de un caso particular referido a un ambiente específico: jóvenes de centros de educación superior privados que venden drogas a personas que también comparten estos ambientes. Pese a ello, dicho ambiente es fundamental ya que resulta ser perfecto para evitar ser capturados y desarrollar su actividad sin mayores dificultades.

Pese a estas limitaciones, la relevancia de este estudio radica en que busca identificar los mecanismos a través de los cuales estos jóvenes universitarios y de clase media se involucran en la venta de drogas. Estos mecanismos permitirán ahondar y reforzar las teorías sobre la explicación de por qué los jóvenes cometen actos desviados. El gran aporte es evidenciar cómo durante una trayectoria acumulan una serie de conocimientos y disposiciones para la acción que los predisponen a realizar una actividad riesgosa. Lo valioso de este análisis es que se podrá entender qué implica el riesgo de ser *dealer* desde la propia perspectiva de los protagonistas. Es por ello que, a lo largo de la investigación, habrá gran cantidad de “*conceptos folk*”. Para el interaccionismo simbólico la ventaja de estos conceptos es que permiten explorar las dinámicas sociales a partir de las categorías que son empleadas por los propios actores para orientar sus acciones en la vida cotidiana (Pereyra, 2016: 18). Ahora bien, tal como indica Pereyra (2016), la labor radica en analizar dichos conceptos desde una perspectiva sociológica. Esta tesis optará por enmarcar la investigación dentro de una perspectiva que se orienta a identificar

mecanismos que conllevan a que una persona realice actos delictivos durante un periodo de tiempo (Piquero y Jennings, 2009).

A continuación, se presenta la revisión de la literatura pertinente para el análisis de esta tesis. Luego de ello, la sección que detalla el marco teórico para el análisis. Y en una tercera sección, se habla sobre los aspectos metodológicos en la selección de los casos y el análisis de la información. Los hallazgos de este trabajo se organizan de la siguiente manera: en un primer capítulo se detalla la experiencia de estos jóvenes *dealers*, en su paso de consumidores a su proceso de deriva hacia la venta de drogas. El segundo capítulo se enfoca en cómo los jóvenes entrevistados se desenvuelven en el mercado, los conocimientos que requieren, los problemas a los que se enfrentan y cómo los solucionan. Finalmente, el tercer capítulo aborda la cuestión sobre las expectativas que tienen los actores sobre si continuarían o no con esta actividad durante más tiempo.

1.1. Estado del Arte

Este apartado tiene dos objetivos principales. En primer lugar, resaltar las dos grandes vertientes sobre los estudios etnográficos del micro-comercio de drogas. En dichos estudios, se resalta la importancia de los códigos culturales que se construyen en los intercambios de drogas ilegales en diferentes contextos. A su vez, permitirá enmarcar la investigación dentro de una de las vertientes que se mencionará, aquella que enfatiza el estudio de jóvenes de

clases medias y altas que se involucran en la venta de drogas. En segundo lugar, se propone situar la investigación en el contexto de Lima Metropolitana. A su vez, busca plantear las preguntas y objetivos que guían esta tesis.

1.1.1. El micro comercio de drogas desde la sociología

El micro-comercio de drogas ilegales es considerado como el eslabón de la cadena de valor del tráfico ilícito de drogas que relaciona a micro-traficantes³ con los consumidores (Vergara, 2015; Zamudio, 2013; Vizcarra, 2015). Los estudios sociológicos sobre el tema han permitido constatar que estos intercambios comerciales se sitúan en espacios locales, tales como los centros de ciudades o sus suburbios (Bean, 2008, citado por Taylor y Potter, 2013); y presentan diversas formas de organización y funcionamiento que varían según el tipo de droga que se intercambia, la posición de clase de los *dealers* y consumidores, y por el contexto cultural, político e histórico asociado a la venta y consumo de drogas (Curtis y Wendel, 2000; Jacques, et. al, 2014; Bourgois, 2010)⁴.

En efecto, uno de los mayores aportes de los estudios etnográficos sobre la venta de drogas ha sido poder relacionar la cotidianeidad de los *dealers* con su

³ En la literatura revisada también se nombran a los micro-comercializadores de drogas como ‘pequeños traficantes’ o narcomendistas para referirse a personas que venden pequeñas cantidades de drogas (Andrade, 1997; Zamudio, 2013); en los estudios europeos y americanos se conoce como *dealers*. En esta investigación se utilizará la palabra *dealers* debido a que es uno de los términos principalmente utilizados tanto por los jóvenes entrevistados como por sus clientes.

⁴ Este tipo de eslabón situados en espacios locales se diferencia de las redes transnacionales de drogas que comercializan dichas sustancias ilegales en distintas partes del mundo (Taylor y Potter, 2013; Yesilyurt, 2014).

contexto político, económico y cultural a través de la historia (Murphy et. al, 2016; Curtis y Wendell, 2000). Ello ha permitido identificar que, dentro de estas dinámicas de intercambio, además de cambiar drogas por dinero, también se configura un set de conocimientos y códigos de comportamientos que proveen las bases para que tanto *dealers* como usuarios evalúen sus acciones, realicen estrategias, y configuren identidades (Langer, 1977; Anderson, 2000; Jacques y Wright, 2012; Becerius, 2007)⁵. Estos códigos de comportamientos y visiones del mundo son producidos a través de las interacciones entre los actores participantes —fuentes de suministro, *dealers*, clientes, autoridades, vecinos, familiares, etc.— dentro de un espacio particular (Duck, 2016; Anderson, 2000; Jacques y Wright, 2015).

Ahora bien, en la literatura sobre el tema se encuentran dos grandes vertientes. Por un lado, las investigaciones sobre el tráfico de drogas en espacios urbanos tanto en América Latina (Desmond y Rorigues, 2006; Epele, 2010, 2011; Zamudio, 2007; Andrade, 1997); Norteamérica (Bourgois, 2010; Williams, 1989; Goffman, 2009); y Europa (Shammas y Sandberg, 2015; Becerius, 2007) han privilegiado el estudio de dichos intercambios en espacios marginados, con elevados índices de violencia y fuerte presencia policial en las calles. La explicación de la presencia de la violencia radica en que los individuos involucrados en este mercado ilegal suscriben al “*código de la calle*”

⁵ A este set de conocimientos se le ha denominado como ‘*the drug culture*’ (Anderson, 2000: 84-87) // traducido como cultura de la droga; o ‘*dealing culture*’ (Langer, 1997) // ‘cultura de la venta de drogas’; para referirse a este set códigos que se construyen en las relaciones de intercambio de drogas a pequeña escala.

(Jacques y Wright, 2012: 391; Anderson, 2000) o poseen un “*capital callejero*” (Sandberg y Fleetwood, 2016).

Estas propuestas afirman que las conductas violentas relacionadas a los intercambios de drogas, tales como represalias, robos, estafas, violaciones, entre otras, emergen de las circunstancias sociales que caracterizan a estos espacios urbanos: altos niveles de pobreza y desventajas sociales, una intensa socialización en las calles que facilita el aprendizaje de las técnicas para delinquir, empleos con bajas remuneraciones, y una intensa presencia de las fuerzas policiales – quienes también ejercen violencia hacia los residentes (Anderson, 2000). De esta manera, involucrase en mercados de drogas guiados por estos códigos resulta ser una estrategia a través de la cual obtener grandes cantidades de dinero, respeto, estatus y seguridad dentro de un contexto marginalizado política, económica y culturalmente (Bourgois, 2010; Jacques y Wright, 2012)⁶⁷.

Por otro lado, la evidencia empírica también sigue que estas dinámicas entre intercambios de drogas y comportamientos violentos varían de acuerdo a la posición de clase de los vendedores y consumidores. Lo que ha sucedido es

⁶ Como ha indicado Elijah Anderson: “el contexto social de pobreza persistente se convierte en un campo fértil para el surgimiento de una cultura de drogas” (Anderson, 2000: 81). Con ello se refiere a que este contexto marginalizado permite que jóvenes se involucren en el negocio de las drogas a distintos niveles y que, en el proceso, desarrollan comportamientos violentos, como agresiones hacia otros vendedores de drogas, robos, asesinatos, etc.

⁷ Por ejemplo, para Bourgois (2010) la búsqueda de respeto es el resultante de los vínculos sociales e históricos que mantienen estas personas, tamizados por los ideales del machismo y el patriarcado. A su vez, muestra como un proceso macrosocial, el proceso de surgimiento de una economía postfordista, es incorporizado por los sujetos del barrio El Harlem como una imposibilidad de acceder a ese paisaje social. La imposibilidad de estos actores de desarrollarse en trabajos de oficina, de seguir las reglas de este juego, de sus formas de vestir y hablar, los induce a generarse sus propios mecanismos para ganarse la vida, el respeto no es un “fin en sí mismo” sino una regla del juego dentro de la inner city.

que los estudios se han enfocado desproporcionadamente en los mercados de drogas en zonas marginales buscando explicar las condiciones que promueven el involucramiento de jóvenes en actividades delictivas a través de la violencia como mecanismo para obtener un estatus dentro del barrio (Jacques y Wright, 2012). Ello ha generado un vacío sobre los códigos y visiones que se configuran en intercambios de drogas en espacios de clases privilegiadas y con pocos niveles de violencia física y simbólica (Jacques y Wright, 2015; Mohamed y Fritsvold, 2006, 2012; Taylor y Potter, 2013).

Precisamente, la segunda vertiente de estudios sugiere que el set de reglas que guían las relaciones interpersonales de jóvenes involucrados en el micro-comercio de drogas surgen de los contextos sociales que caracterizan a las clases medias y altas – de la sociedad norteamericana⁸ --: altos niveles de ventajas sociales, padres con empleos bien remunerados, educación privada y costosa, padres que otorgan mensualidades a sus hijos, poca socialización en las calles, y una vida cotidiana libre de la persecución y discriminación de los efectivos policiales. (Jacques y Wright, 2015; Mohamed y Fritsvold, 2012; Tewksbury y Ehrhardt, 1998).

En estos mercados de drogas ilegales se caracterizan por lo siguiente: los jóvenes *dealers* se involucran en la venta de drogas como una manera de solventar su consumo recreativo y obtener un dinero ‘extra’ para solventar sus

⁸ Cabe resaltar que los dos textos principalmente usados en esta tesis sobre el tema de *dealers* de clases medias y altas se refieren a la sociedad norteamericana. Estos textos son: Jacques, S y Wright, R. (2015). *Code of The Suburb: Inside the world of Young middle-class drug dealers*. Chicago: University of Chicago Press. Y Mohamed, A y Fritsvold, E. (2012). *Dorm Room Dealers: Drug and the privileges of race and class*. Colorado: Lynne Reinner Publisher. No se encontraron textos similares referidos al contexto latinoamericano.

gastos en fiestas y otras diversiones asociadas a la vida universitaria y los privilegios económicos. Asimismo, los *dealers* conciben los conflictos como escenas que reducen su estatus frente a los demás consumidores, por tanto, se tiende a evitar cuando se presentan; además, la venganza o la violencia es estigmatizada por sus clientes, y los esquemas no confrontacionales, tales como ser tolerantes, evitar los problemas, y capacidad de negociar, son promovidos (Jacques y Wright, 2012, 2015; Mohamed y Fritsvold, 2006, 2012). Los intercambios en estos mercados principalmente tienen lugar espacios privados-cerrados, estos pueden ser las viviendas de los vendedores o compradores, sus autos propios o dentro de centros educativos (como universidades). Estos espacios son menos visibles para las autoridades policiales por lo que rara vez se producen detenciones y, además, los *dealers* no se perciben como el ‘prototipo’ de vendedor de drogas que los policías buscan. Finalmente, se venden sobre todo drogas de uso recreacional, como marihuana, éxtasis, LSD, cocaína y hongos psicodélicos (Jacinto et al, 2008; Mohamed y Fritsvold, 2006; Sandberg, 2012).

Estas últimas contribuciones abren un campo de análisis que aporta a la comprensión de dinámicas de intercambios de drogas y trayectorias delictivas que se diferencian según la posición de clase social de los actores⁹. Además, brindan la posibilidad de comprender más a fondo la relación entre mercados de drogas y violencia, y entender por qué es que algunos de estos mercados

⁹ En esta investigación se utilizará una aproximación al término “clase” similar a la propuesta por Lareau (2002). Esta autora considera que las clases medias están compuestas por hogares en los que al menos uno de sus padres tiene un grado educativo superior y trabaja en una posición administrativa basada en habilidades de alta complejidad. En la sección de la metodología se detallarán las precisiones de cada uno de los jóvenes *dealers* estudiados. Las características socio-económicas de estos jóvenes se detallará a mayor profundidad en la sección metodológica y a lo largo de la tesis.

son ‘pacíficos’, qué mecanismos de venta se llevan a cabo, qué motivan a los jóvenes de clases medias y altas a vender drogas, y cómo perciben ellos la presencia de la policía y el riesgo de ser detenidos. Esta investigación sigue la línea presentada por estos últimos estudios, en donde se busca estudiar las trayectorias delictivas de jóvenes de clases media que son micro-traficantes de drogas. Ello permitirá analizar los códigos culturales que se configuran en dichas trayectorias, a partir del contexto de la venta de drogas en espacios universitarios de Lima Metropolitana.

1.1.2. El micro-comercio de drogas en Lima Metropolitana

Esta investigación analiza las carreras desviadas asociadas al micro-tráfico de drogas dentro de un país que exporta cantidades significativas de drogas cocaínicas al mercado mundial y cuyos indicadores de consumos locales – sobre todo en Lima Metropolitana – han crecido en los últimos años (UNDOC y DEVIDA, 2016; Dammert y Dammert, 2015). Las encuestas epidemiológicas evidencian que, desde 1986 hasta el 2015, la droga ilegal más consumida por los peruanos entre 19 y 24 años de edad ha sido la marihuana (CEDRO, 2015: 72)¹⁰. Así, en el año 2010, un total de 738 892 personas consumieron marihuana alguna vez en su vida. Esta cifra aumentó a 934 856 casos en el

¹⁰ Se han utilizado los datos epidemiológicos sobre el consumo de drogas legales e ilegales de la organización CEDRO debido a que es la que realiza con mayor frecuencia este tipo de estudios, bajo parámetros de muestro similares.

2013, y en el 2015 a 1, 029 617 de peruanos a nivel nacional. Las segundas drogas ilegales más consumidas son las drogas cocaínicas (la pasta básica y la cocaína), cuyos indicadores señalan que en el 2015 hubo un total de 321 755 personas que alguna vez en su vida consumieron Pasta Básica de Cocaína, y 296 015 peruanos que probaron cocaína a lo largo de su vida (CEDRO, 2013, 2015).

Asimismo, CEDRO (2014) realizó una Encuesta Flash de Opinión sobre Drogas en Estudiantes Universitarios. En ella señalan que el 31% de los entrevistados sostuvo que el consumo de drogas ha aumentado en sus universidades. Además, el 34% cree que venden drogas cerca de los centros de estudio, mientras que un 30% cree que venden drogas dentro del campus universitario. En dichas cifras, Lima Metropolitana se ha perfilado como la ciudad con mayor número de consumidores de dichas sustancias ilegales a nivel nacional. Según Dammert y Dammert (2015) esta expansión en el consumo estaría generando una expansión en el mercado interno de drogas a través de su micro-comercialización. Este mercado local de drogas ha sido caracterizado superficialmente tanto por CEDRO (2015) como por DEVIDA (2006, 2011). En el caso de CEDRO, se reconoce que los puntos de venta de drogas en la ciudad de Lima se han expandido, que van desde esquinas y calles hasta discotecas o intercambios que se dan a través de internet.

Además, señalan que el perfil de un micro-comercializador no necesariamente se vincula a un 'hampón' o 'delincuente', *“sino que ahora los vendedores podrían ser cualquier chico, universitario, hijo de familia o vecino*

de cualquier barrio” (CEDRO, 2015: 66). Si bien este tipo de afirmaciones dan cuenta de una variación sobre el perfil de un micro-comercializador de drogas, aporta muy poco al análisis sobre cómo se configuran trayectorias desviadas dentro de contextos culturales específicos. En efecto, estudios como los que realiza CEDRO y DEVIDA buscan, más que comprender el problema, erradicarlo (Curtis y Wendel, 2000). Ello ha generado una imagen de sentido común de asociar al *dealer* con aquel personaje que obliga a los ‘adictos’ a que consuman drogas o que ofrece drogas ilícitas a menores de edad y que forman parte de organizaciones criminales con jerarquías establecidas; por lo que se justifica que sean sujetos de sanción penal¹¹.

Sin embargo, los estudios sociológicos mencionados en el apartado anterior permiten identificar que, también en el caso peruano, se estaría dando una discrepancia entre la imagen que tienen las oficinas anti-narcóticas y la realidad empírica de la vida social de las drogas (Langer, 1997). El razonamiento de las agencias anti-drogas, tiene la consecuencia adversa de tratar analíticamente a la persona como si eso fuera lo que únicamente ella es, y que sus acciones pueden ser explicadas causalmente por el tipo de persona que son¹² (Becker, 2009: 68).

¹¹ En el Perú, DEVIDA elaboró un Comic denominado “El KALETA” en donde se narra la historia de un súper héroe que lucha contra el narcotráfico y los micro-comercializadores de drogas. Se presenta una imagen del micro-comercializador como una persona que seduce a los adolescentes a tratar de consumir una droga que les degrada la vida. Además, este micro-comercializador está presionado por una ‘mafia’ de narcotraficantes. Este tipo de estereotipos son los que el Estado peruano reproduce a través de publicaciones de este tipo. Asimismo, como parte de su Estrategia de Lucha Contra las Drogas (DEVIDA, 2011), su segundo objetivo plantea la intensificación de las capturas hacia los micro-comercializadores y abastecedores de la cadena delictiva.

¹² En efecto, desde el Estado peruano, DEVIDA (2013) analiza la relación que hay entre el consumo de drogas y actos delictivos, en base a un marco teórico que se basa en tres modelos de prototipos de

Por el contrario, la información recopilada permite contrarrestar la asociación que el sentido común le otorga a la venta de drogas, en tanto es concebida como una actividad de alto riesgo, caracterizada por la violencia y por el daño que causa a la salud de los consumidores y, por tanto, se la considera como una actividad anti-social (Coomber, 2006). Como se verá más adelante, esta tesis permite observar que para muchas personas —como los siete casos estudiados— la venta y consumo de drogas tienen un conjunto de beneficios sociales en tanto les permiten posicionarse como un actor clave dentro de sus grupos de pares, ya que ellos son los que proveen las sustancias demandadas por aquellos, además, el dinero en efectivo obtenido les permite acceder y mantenerse en una serie de actividades compartidas y deseadas dentro de estos grupos, tales como salir a fiestas, invitarles drogas a chicos y chicas, viajar, etc. (Jacques y Wright, 2015).

A su vez, existe un escaso conocimiento sobre los mercados locales de drogas, sobre cómo funcionan, los tipos de drogas que circulan y las variaciones de sus precios, ya que las estadísticas oficiales suelen caer en la especulación y desinformación (Garzón-Vergara, 2015), como sucede en el caso de Lima Metropolitana. En ese contexto, la relevancia sociológica de esta investigación cualitativa y exploratoria radica en que permite plantear las interrogantes sobre *¿cómo estos jóvenes eligen ser parte de una ocupación de*

comportamientos. El primero de ellos es el modelo psicofarmacológico que establece que, a raíz del consumo de determinadas sustancias, los individuos pueden volverse irritables o irracionales y manifestar una conducta delictiva. Por su parte, el modelo sistémico explica los comportamientos delictivos por la violencia intrínseca que implica consumir cualquier sustancia ilegal (DEVIDA, 2013). Mientras el modelo económico-compulsivo sustenta que la participación en actividades delictivas se explica porque los usuarios de drogas son compulsivos y buscan conseguir dinero para costear su consumo.

riesgo? ¿Qué los conlleva a aceptar la responsabilidad de ser un microtraficante? ¿Cómo se acostumbran a este universo?¹³ Para responder estas preguntas se podría presuponer que el oficio de ser un micro-traficante es riesgoso en tanto pone en peligro su libertad o los expone a posibles estafas y robos; y que los jóvenes realizan esta actividad porque se ven atraídos por el dinero o por la búsqueda de respeto frente a sus pares.

En efecto, estas han sido las explicaciones de muchos científicos sociales sobre las tomas de decisiones de riesgo con respecto a las actividades criminales. Así, las teorías del cálculo racional asumen que las personas que delinquen principalmente lo hacen por dinero y porque los ingresos de la venta son mayores a los costos (riesgos) implicados (Gary Becker, 1968; Caulkins y McCoun, 2003, citado por Sandberg, 2012; Hoschstetler, 2009). O las perspectivas que explican que los jóvenes se convierten en delincuentes porque buscan obtener un estatus ligado al honor dentro de su grupo de pares (Cloward y Ohlin, 1960)¹⁴. Sin embargo, a continuación, se verá que dichos marcos de análisis cometen el error de explicar las decisiones de riesgo únicamente por las motivaciones racionales de los individuos. A partir del modelo las carreras delictivas y el análisis de las ‘ocupaciones de riesgo’ de Mathew Desmond (2006, 2007), se observará que para explicar estas

¹³ Las implicancias teóricas de estas preguntas se desarrollarán en el marco teórico.

¹⁴ En los casos de *dealers* callejeros, el honor y respeto muchas veces se demuestra a través de la violencia física y agresividad que mantienen los dealers en sus relaciones interpersonales (con sus clientes y con otros vendedores) (Becerius, 2007; Williams 1989; Bourgois, 2010). En estos casos el honor está asociado a la (re)afirmación de la masculinidad. Tal como señala Santos (2002: 56): “la identidad masculina se construye relacionalmente [...] existe un estereotipo, profundamente enraizado en nuestra cultura, que asocia a la masculinidad al poder, dominio, autoridad, así como a la fuerza física, rudeza, agresividad, violencia. [...] La otra cara del estereotipo cultural que asocia a lo masculino con la fuerza y la rudeza se plasma en la expresión los hombres no lloran

preguntas se requiere reconstruir las experiencias a través de las cuales las personas acumulan ciertas disposiciones, visiones del mundo y conocimientos sobre cómo desenvolverse en una actividad.

1.2. Marco Teórico

La perspectiva sociológica que ha estudiado el comportamiento criminal ha tendido a enfocarse en los procesos sociales que crean el crimen¹⁵ (Hirschi, 1976). Entre los principales procesos sociales que explican la comisión de delitos se encuentra a la “decisión racional del crimen o cálculo criminal” (Matsuede, et. al, 2006, citado por Hoschstetler, 2009); la posición social del actor criminal (Merton, 1938; 1959); o los procesos de aprendizaje de los comportamientos criminales dentro de grupos de personas (Sutherland y Crassey, 1974).

¹⁵ Un antecesor clásico del estudio sobre los comportamientos desviados es Durkheim en *La División Social del Trabajo* (2001) [1893] Para este autor los comportamientos anómicos eran procesos normales y esenciales en los grupos sociales. En base a su teoría, la anomia es fundamental para el proceso de generación y sostenimiento de la moralidad de una sociedad, ya que la respuesta a dichos comportamientos que quebrantan las normas morales promueve la unidad social a través de la reacción colectiva de la indignación. De manera que se reafirman los lazos morales. Asimismo, sostiene Durkheim, la “conciencia colectiva” permite clarificar y hacer demarcaciones entre “lo bueno y lo malo”, es decir, pone límites morales a las acciones de los hombres. Pero también afirma que los comportamientos anómicos empujan los límites morales y alientan el cambio social. La principal crítica que se le hace a esta perspectiva funcionalista es asumir a la sociedad como un ente integrado que comparte sus valores y genera consenso (Carrabine, et. al, 2009). Sin embargo, se considera importante tener como punto de partida a los comportamientos anómicos, entre ellos el crimen, como parte integral de las relaciones sociales dentro de una sociedad, y en cómo quiebran y reafirman diversos vínculos morales. Entonces, a partir de ello, hay que considerar que no todo comportamiento desviado es un acto criminal, estos últimos se refieren a aquellos que quebrantan las leyes penales establecidas formalmente desde el poder político, mientras que un acto desviado puede no quebrar una ley penal pero sí quebrar los lazos morales, como sucede en muchas sociedades conservadoras que consideran a la homosexualidad como un comportamiento desviado.

A partir del aporte y cuestionamientos que generan dichos paradigmas, la presente investigación considera que para analizar a fondo los mecanismos sociales que operan en el desarrollo de los comportamientos criminales es necesario inscribirse en el paradigma de las “*carreras de delictivas*” (Becker, 1971; Blumstein et al., 1988). El término ‘carrera’ se ha posicionado como un marco conceptual que permite guiar las proposiciones teóricas y metodológicas para la investigación de comportamientos criminales (Sullivan y Piquero, 2016). Desde este marco de análisis, esta investigación considerará a la experiencia de vender drogas como una ‘carrera delictiva’. La ventaja de ello es que permite observar cómo las características propias de esta carrera se van formando a partir de los problemas a los que se enfrentan y sus estrategias para resolverlos (Sullivan 2016)¹⁶. Asimismo, permite dar cuenta de los cambios en las identidades y visiones del mundo que tienen los actores a lo largo de la trayectoria (Becker, 1971). Este marco de análisis se conecta con la perspectiva de las “ocupaciones de riesgo” (Desmond, 2007) para comprender a mayor profundidad y desde el punto de vista de los actores involucrados cómo se construye su percepción sobre los peligros de la venta de drogas.

Antes de explicar los puntos centrales de ambos marcos de análisis resulta necesario mencionar que esta investigación se inscribe bajo los lentes del interaccionismo simbólico. Esta perspectiva basa su análisis en tres premisas fundamentales: 1) el ser humano orienta sus actos hacia las cosas en función

¹⁶ Mercer Sullivan, criminólogo experto en el tema de las carreras criminales, recientemente ha escrito un artículo sobre el tema. En este señala que una de sus mayores influencias para desarrollar estudios de carreras criminales a través de métodos etnográficos ha sido Howard Becker. Sullivan (2016: 396) señala que la importancia de Becker está en que ha permitido comprender la relación entre el contexto social y el desarrollo de carreras que emergen en dicho contexto.

de lo que estas significan para él/ella. Estas cosas pueden ser, tanto personas, como objetos, o abstracciones (por ejemplo, el Estado). 2) El significado de dichas cosas se deriva o emerge de las interacciones sociales que tienen las personas. 3) Estos significados son interpretados, manipulados y modificados mediante un proceso interpretativo desarrollado por la persona al enfrentarse a las cosas que va encontrando en su vida (Blumer, 1982)¹⁷. Estas premisas apuntan a señalar que los significados que las personas le asignan a ciertas cosas son productos sociales. Es decir, no son intrínsecos a las cosas, sino que emergen de las interacciones y, por tanto, están atados a la práctica (Charmaz, 2014).

El interaccionismo es la perspectiva sociológica que señala la forma en que la sociedad es construida: a través de interacciones simbólicas de cara a cara y rutinarias entre individuos (Carter y Fuller, 2016). Estas interacciones son posibilitadas por los lenguajes y símbolos compartidos que utilizan las personas en sus comunicaciones con otros. Estos lenguajes y símbolos son reconstruidos y reafirmados por los individuos mediante sus acciones. De manera que, el proceso interpretativo del que habla Blumer no es una aplicación automática de significados pre-establecidos, sino un proceso en el

¹⁷ Kathy Charmaz (2014: 270 - 271) agrega tres premisas más a la propuesta original de Blumer: “1) los significados son interpretados a través de lenguajes y símbolos compartidos. 2) La mediación del significado en la interacción social se distingue por ser un proceso natural que emerge continuamente. 3) El proceso interpretativo se vuelve explícito cuando el significado de las personas y/o sus acciones se vuelven problemáticas o las situaciones cambian”. Para un análisis de la historia del interaccionismo simbólico, desde sus orígenes en Georg H. Mead y la Escuela de Chicago, así como sus posteriores vertientes véase Carter y Fuller (2016). El interaccionismo simbólico examina la relación entre las interacciones interpersonales y la estructura social más amplia. Esta perspectiva surge de su crítica a la teoría de Parsons (1937) considerada como abstracta y no fundamentada en la investigación empírica (Blumer, 1969).

que se revisan y utilizan los significados para orientar y dar forma a la acción (Blumer, 1982). Así, podremos observar cómo estos jóvenes en un inicio definen el uso de drogas como algo negativo, pero luego de tener experiencias probando ciertas sustancias, empiezan a modificar y re-interpretar sus definiciones. Precisamente, la forma en que las personas y grupos de personas definen y nombran las cosas y situaciones afecta directamente en sus conocimientos y acciones a tomar (Charmaz, 2014).

La ventaja de estudiar un fenómeno social a través de los lentes del interaccionismo simbólico es que permite aprender cómo los actores asignan significados a sus experiencias, cómo tanto las experiencias como sus significados cambian, y también a observar cómo, cuándo y por qué cambian estas definiciones (Charmaz, 2014: 262). Así, será posible observar que los significados de una situación – como vender drogas – cambian cuando estas se tornan problemáticas. Cuando los jóvenes *dealers* sentirán que se estaban exponiendo mucho o que el ambiente donde venden está siendo vigilado por la policía, ellos procederán a cambiar sus rutinas: vender drogas solo a conocidos, visitar menos los lugares donde se consume drogas, etc.

En ese sentido, este marco de análisis obliga al investigador a abrir su visión hacia los significados, acciones y situaciones en el mundo social que estudia. Hace que el investigador aprenda sobre la gente, sus tiempos y problemas, sus logros y acciones dentro del mundo de estudio. Esto hace que los actores – en este caso los siete jóvenes *dealers* – sean vistos como personas activas inscritas en prácticas cotidianas (Charmaz, 2014: 262-263). A partir de esta

guía analítica es que se estudiaran las trayectorias desviadas de los jóvenes *dealers*.

1.2.1. El modelo secuencial de las carreras criminales

Esta tesis considera que el paradigma de las carreras criminales contribuye a analizar los patrones de comportamiento de un individuo que prevalecen durante el curso temporal de su vida (Blumstein et al, 1988: 3). Como se ha indicado, la literatura se ha solido centrar en tres aspectos claves: 1) el involucramiento a la actividad delictiva; 2) su persistencia y seriedad de delitos; y 3) su culminación (Sullivan y Piquero, 2016: 423). A partir de ello, la carrera delictiva es una serie de etapas en las que se producen “*cambios en el comportamiento del individuo y en su punto de vista sobre su propio accionar*” (Becker, 2009: 42). Lo central a investigar son las transiciones de una etapa a otra durante la carrera delictiva.

Desde los estudios cualitativos sobre las carreras delictivas, Sullivan (2016) rescata la perspectiva de Howard Becker. Este último autor utilizó las nociones de “*carrera*”¹⁸ y de “*contingencia ocupacional*” para referirse a los mecanismos que “*determinan la movilidad laboral de un puesto a otro*” (Becker, 2009: 44). Esta noción incluye los aspectos de la estructura social (hechos objetivos) y los cambios que se producen en las motivaciones, puntos de vista y deseos que tienen los individuos (hechos subjetivos). Sin embargo, estas motivaciones no surgen de los impulsos individuales, sino que son aprendidas y constituidas

¹⁸ Esta noción está en los estudios de Hughes (1958) sobre las ocupaciones laborales.

socialmente. El carácter social de las motivaciones se configura a través de las interacciones cara a cara con otros actores o por medio de vías de comunicación alternativas (como imágenes, internet, etc.).

Desde esta perspectiva, el inicio de la carrera delictiva es un proceso de experiencias anteriores y rutinarias. Para explicar este inicio, Becker se apoya en la noción utilizada por Matza y Skyes (1957) sobre las “técnicas de neutralización”. Estos son elementos narrativos construidos relacionadamente que permiten al actor justificar su accionar delictivo. La relevancia de estas narraciones radica en que facilitan la comisión de los actos delictivos al minimizar la carga moral negativa asociada, en este caso, a la venta de drogas. De modo que parte de la incursión de los jóvenes hacia actividades delictivas se explica por la neutralización de los valores morales y normas de la sociedad. Matza y Skyes (1957) identifican cinco tipos de técnicas que son 1) la negación de la responsabilidad, 2) la negación del perjuicio ocasionado, 3) la negación de la víctima, 4) la condenación de los acusadores, y 5) desarrollo de una autoimagen positiva. Estas técnicas permiten comprender cómo a través de las interacciones sociales se generan narrativas que conllevan a una “ruptura periódica del vínculo moral con la ley” (Matza, 2014: 254).

Matza (2014) sostiene que ese momento de laxitud de los controles sociales se denomina un proceso de “deriva hacia la delincuencia”. Sin embargo, para el autor, ese momento circunstancial y contingente de la deriva no es causa suficiente para la comisión de los actos delictivos, sino contiene un potencial para su perpetración. De modo que, se requiere de un mecanismo que explique

cómo es que se repiten las infracciones una vez neutralizada la carga moral negativa. Matza propone que el joven delincuente requiere de un proceso de preparación en el que aprende que una infracción es “*relativamente fácil de hacer*” (Matza, 2014: 259).

El aprendizaje de esta facilidad requiere de dos componentes, uno moral y otro técnico. El moral está posibilitado por la neutralización y el proceso de deriva, mientras que el técnico se refiere al desarrollo de la capacidad de manejar la acción delictiva, esto es, desarrollar habilidades y destrezas que posibiliten la reiteración de los delitos. Para esta investigación, se analizará detalladamente a partir de qué procesos se construye la percepción sobre la facilidad de vender drogas ilegales en estos espacios protegidos.

En cuanto al desarrollo de la carrera delictiva, desde la teoría se ha indicado que una trayectoria no implica que el delincuente tenga que usar su carrera criminal como un ingreso importante para su sustento de vida (Blumstein et al, 1988). Es decir, la carrera delictiva podría tener más un patrón coyuntural asociado al contexto social en el cual el individuo vive. Además, la carrera delictiva no implica necesariamente un involucramiento en carreras profesionales criminales (Eldelstein, 2015). De hecho, en esta investigación se mostrarán patrones de carreras coyunturales que no aspiran a ser criminales en la vida adulta.

Un proceso importante en el desarrollo de la carrera es la reacción social a los comportamientos del individuo. Esto implica comprender cómo los delincuentes experimentan y evalúan ese etiquetamiento público. En ese

sentido, un paso crucial en el desarrollo estable de la carrera delictiva es “*ser identificado y etiquetado públicamente como desviado*” (Becker, 2009: 50). Esta etapa tiene un gran impacto en el futuro desarrollo del individuo desviado y en la imagen que se construye de sí mismo. Esto se debe a que el reconocimiento público repercute en el estatus de la persona, ya que la principal consecuencia es que, al cometer un delito, el individuo queda expuesto a que se lo considere como desviado en otros aspectos de su vida. Es decir, el estatus desviado que se le asigna es un “*estatus principal*” en tanto “*la persona será identificada como desviada antes que ninguna otra cosa*” (Becker, 2009: 53).

Sin embargo, la sensación de vergüenza y su intensidad varía en función a con quién se relacionan los actores desviados (Cooley, 1974, citado por Santos, 2002: 45). En esa medida, los jóvenes *dealers* pueden no sentir vergüenza al ser reconocidos como tales dentro de sus grupos de pares, pero sí sentirla con sus padres, por lo que existen efectos diferenciados en el estatus del actor desviado. La pregunta central es comprender cómo los jóvenes *dealers* experimentan este proceso de etiquetamiento y los diferentes efectos que pueden tener en el desarrollo de su carrera delictiva; es decir, entender cómo los manejan y resuelven.

Mientras tanto, el desistimiento es el proceso que conlleva a que las personas que delinquen abandonen progresivamente su carrera delictiva (Laub y Sampson, 2003; Maruna 2004). Ahora bien, esto no se trata de un estado de no delincuencia, sino más bien de una forma progresiva de cesar con el acto delictivo; tal como indica Padrón: “el desistimiento no se conoce como un cese

radical en la trayectoria delictiva, sino que normalmente existen idas y venidas, recaídas en el delito, hasta que cada vez el tiempo sin delinquir es mayor” (Padrón, 2014: 5). En este proceso, Maruna (2004) ha identificado el desistimiento primario y el secundario. El primero se refiere a un estado en donde la conducta criminal es disminuida, pero sigue presente; mientras que el secundario se refiere al cambio de identidad de ‘delincuente’ a ‘no delincuente’. En esta investigación nos enfocaremos principalmente en el desistimiento primario.

La evidencia científica ha indicado que las actividades delictivas disminuyen conforme los jóvenes entran a su etapa adulta temprana (Loeber, Farrington y Redondo, 2011: 6). Este patrón estaría reflejado en lo que denominan “la curva de la edad del delito” (Sullivan, 2016). Pese a este gran hallazgo desde esta perspectiva, Sullivan considera que la curva longitudinal no permitiría comprender los factores que inhiben o facilitan el desistimiento. Por lo que se hace necesario indagar en los actores acerca de sus expectativas a futuro, sus proyectos de vida, y los eventos importantes que suceden en su vida (matrimonios, trabajos bien remunerados y/o, como en este caso, buscar una carrera profesional formal). Son estos ‘eventos claves’ los que influirán en la reducción de la actividad criminal (Jennings y Piquero, 2009).

En base a ello, la presente tesis busca analizar cómo se desarrolla la carrera delictiva de los *dealers*. Esta entrada analítica permite contextualizar al individuo dentro de un entramado de relaciones sociales, en donde aprende y acumula los conocimientos y habilidades para ser *dealer*. Para ello, esta tesis

identifica tres grandes etapas en esta carrera: 1) la transición de consumidores hacia dealers; 2) el desenvolvimiento en el mercado ilegal de drogas, en donde se desarrolla la etapa del manejo del reconocimiento público; y 3) los posibles procesos de salida de esta actividad ilegal. Entonces, se requiere explicar cómo una persona empezó a involucrarse en esta actividad delictiva, y luego, explicar cómo son socializados en esa actividad y continúan realizándola, y finalmente, comprender qué posibles procesos de salida existen para los jóvenes dealers. Todo ello a través del análisis sobre el funcionamiento de la organización social de las redes en las que realizan su actividad. Pero para analizar estos procesos se considera relevante entender a la venta de drogas como una ocupación de riesgo.

1.2.2. La venta de drogas como “ocupación de riesgo”

A partir de esta revisión de la literatura se ha observado que las causas de la delincuencia han tendido a enfocarse en las características individuales y sociales de los individuos criminales, esto es, en su mentalidad calculadora y en su pertenencia a determinada clase social o grupo subcultural. Mientras que la perspectiva de Becker proporciona un modelo de análisis que permite identificar a fondo los mecanismos que operan en el proceso, o cada una de las etapas de las carreras delictivas. La idea de “proceso” implica que la historia de los *dealers* se puede observar como un mecanismo secuencial, con cierto grado de contingencia, pero que se puede representar a través de un patrón.

Es decir, es un tipo de análisis que no se enfoca en las “causas” generalmente asociadas a las particularidades individuales del actor, sino a sus experiencias y rutinas previas para comprender sus acciones del presente.

Sin embargo, se considera que es relevante volver a retomar una categoría analizada por la perspectiva de la “acción racional”, que es la percepción del riesgo de realizar una ocupación como vender drogas ilegales. Esto tiene el objetivo de aportar al desarrollo de la teoría de las carreras delictivas, debido a que la principal crítica que se le hace es no explicar el surgimiento de la desviación (Taylor, 2001). El marco teórico sobre la sociología del riesgo propuesta por Desmond (2007) afirma que tomar la decisión de realizar una ocupación que ponga en peligro la libertad o la vida de una persona no solo se explica por las motivaciones de los individuos ni por su cálculo racional, sino también por la forma en que la organización social de la ocupación en la que se inscriben los actores —en este caso la estructura social del mercado de drogas— influye en el sentido que los actores le otorgan al riesgo.

Para Desmond, las teorías de la acción racional y las que proponen la búsqueda de la masculinidad como motivos que están detrás del comportamiento riesgoso ignoran el poder que tienen la organización al momento de configurar la percepción de riesgo de las ocupaciones. Desmond se refiere precisamente a la teoría propuesta por Erving Goffman. Este último autor propone un análisis entre la acción y el personaje de la acción. Según Desmond, para Goffman la decisión voluntaria de realizar una acción de riesgo es un medio para mantener la adquisición de un carácter, en este caso, el

personaje masculino, del hombre que realiza una acción de riesgo en búsqueda de honor y reafirmar su masculinidad. A partir de esta gran narrativa, señala Desmond, se ha asumido que las motivaciones que están detrás de la toma de decisiones de riesgo son la búsqueda de la masculinidad (de un personaje y su reputación) (Desmond, 2007: 6-9). Esta perspectiva también ha sido asumida para explicar los comportamientos delictivos. Por ejemplo, Cloward y Olhin (1960) sostuvieron que dentro de los grupos delictivos los jóvenes empiezan a delinquir para buscar un estatus diferenciado. Asimismo, se refiere a las teorías de la acción racional que asumen que el riesgo es la probabilidad de que un evento desfavorable suceda por el grado del daño que produciría. Estas teorías también señalan que la comisión de actos delictivos se debe a una evaluación costo/beneficio sobre los riesgos que implica esta actividad (Sandberg, 2012).

En ese sentido, al contrario de estas perspectivas, lo que se busca analizar es la lógica de la organización en la que los actores participan, para comprender cómo se interrelacionan las disposiciones individuales con las lógicas de las organizaciones¹⁹. Su aproximación permite comprender que las organizaciones de ocupaciones de riesgo tienen un sentido común sobre lo que es el riesgo. Esto genera lo que denomina “*la ilusión de la auto-determinación*”, en donde los actores han aprehendido e incorporado a través de un proceso de socialización un conjunto de habilidades y disposiciones que hacen que consideren que su trabajo no es riesgoso. Esto conlleva a que la decisión de

¹⁹ En su estudio sobre los bomberos forestales encuentra que los atributos relacionados a la eficacia y el control son mucho más relevantes que el coraje y la agresividad masculina. Estas últimas son vistas como actitudes negativas. Un buen bombero forestal se distingue por reconocer sus límites y dominar su desenvolvimiento en la línea de fuego.

empezar a realizar una actividad de riesgo no sea un “salto atrevido hacia un nuevo mundo, sino un pequeño paso dentro de un territorio familiar” (Desmond, 2007: 266).

A partir de este marco de análisis, para comprender la decisión de empezar a vender drogas se hace necesario indagar y comprender cómo esta ocupación está organizada socialmente, alrededor de qué redes se compone y qué habilidades y disposiciones proporciona dicho contexto social a los *dealers*. Se afirma que los jóvenes *dealers* se encuentran dentro de una organización social de consumidores de drogas y es en función de dicha organización que van desarrollando ciertas disposiciones que contextualizan el riesgo. De esta forma, como señala Desmond, ser *dealer* no es dar un gran paso hacia una actividad completamente extraña y desconocida, sino un pequeño salto hacia un mundo ya conocido.

1.3. Marco metodológico

Para investigar el desarrollo de las carreras delictivas de jóvenes *dealers* en espacios de educación superior de tres universidades privadas de Lima Metropolitana, se han realizado entrevistas semi-estructuradas y conversaciones informales. El análisis se ha centrado principalmente en las entrevistas con los actores, mientras que las conversaciones fueron convertidas en notas de campo, y sirvieron principalmente para afianzar los

vínculos con los entrevistados y complementar datos básicos sobre su experiencia como *dealers*.

Asimismo, al ser una investigación cualitativa, existe una vinculación con la construcción teórica del objeto de estudio. Este vínculo se construyó a través del abordaje que afirma que, parafraseando a Wacquant, me vinieron las ideas mientras hacía el trabajo de campo (Wacquant, 2002, citado por Auyero y Swistum, 2009: 215). Esto busca indicar que la pregunta central de investigación no fue precisa al inicio, se reformuló y empezó a generar vínculos con discusiones sociológicas. Es decir, hubo un proceso de trasladar un interés personal del investigador hacia una problemática sociológica (Luker, 2008). Ello se logró a través de la revisión de la literatura académica sobre el tema específico (venta de drogas a pequeña escala en espacios urbanos) y sobre las discusiones sociológicas en torno a los comportamientos delictivos. Esto fue acompañado con un eje de temáticas que fueron empleadas como guías para la recolección de la data. Esta investigación concuerda con que evaluar la literatura y optar por aproximaciones teóricas es parte del proceso mismo de comprender el objeto de estudio (Luker, 2008).

1.3.1. La selección de los casos

Las investigaciones que tienen como objetivo estudiar a personas que realizan actos delictivos se enfrentan con la gran dificultad de ubicar a dichas personas y a establecer lazos de confianza, para que los investigadores no

sean considerados como policías encubiertos (Adler, 1990; Becerius, 2007; Carrabine, et.al, 2009). Además, se considera que los *dealers* que venden drogas en espacios más protegidos y privados son mucho menos visibles tanto para las autoridades como para los investigadores (Jacinto, et. al, 2008). Entonces para aproximarse a esta “población oculta” se recurrió al mecanismo de “bola de nieve”. Para contactar a los jóvenes *dealers* se utilizaron a personas consumidores de drogas que tenían conexiones próximas con personas que se dedicaban a la venta de drogas²⁰.

Se considera que esta selección tiene una serie de posibles limitaciones. Se puede considerar que existe un sesgo en tanto los actores estudiados representan una población muy específica de toda la complejidad que implica la cadena de valor del tráfico ilícito de drogas. Entonces, el problema es que existen otras redes de micro-tráfico con características diferentes, otros ambientes socio-económicos y culturales, en donde los *dealers* pueden desarrollar otro tipo de justificaciones de su actividad. Además, el número de entrevistados es muy pequeño como para poder hacer generalizaciones. Sin embargo, se considera que esta estrategia de selección de casos tiene un gran aporte en tanto busca reconstruir una red social en donde existe mayor probabilidad que los actores se conozcan unos a otros y que compartan ciertas características culturales y socio-económicas (Small, 2009). De modo que, concebir la selección de casos como un sesgo no sería correcto. En cambio, la selección debe ser entendida como un mecanismo de reconstrucción de una

²⁰ Esta estrategia es señalada por Sandberg y Copes (2012) quienes indican que muchos investigadores que abordan el tema de venta de drogas recurren a personas que tienen conexiones con dealers para poder entrevistarlos.

red de actores que componen una estructura social de venta ilegal de drogas a pequeña escala. Entonces, dichas características de los actores serán entendidas en función de la comprensión del caso estudiado, este es, el desarrollo de la carrera delictiva de jóvenes *dealers* en espacios de educación superior privados. Asimismo, la poca cantidad de casos permite hacer un análisis a mayor profundidad sobre el desarrollo de esta carrera en función a sus experiencias.

1.3.2. Las herramientas metodológicas

Las conversaciones informales fueron utilizadas para la primera fase de la investigación, para complementar la información recopilada en las entrevistas y refinar los objetivos de la investigación. Con respecto al primer punto, el acceso estuvo posibilitado por personas próximas y de confianza a los jóvenes *dealers*. En este primer contacto, se buscó empezar a realizar conversaciones sin guías estructuradas, lo cual permitió entablar un dialogo horizontal entre el entrevistado y el entrevistador. Con ello, se buscó tomar un “rol de membresía” (Adler, 1990) en la red de los actores. Este supone que el investigador empieza a interactuar cercanamente con los actores y participa en actividades claves que ellos realizan, tales como ir a fiestas y/o bares o pasar el rato en sus tiempos libres, pero no se llegó a participar enteramente en sus rutinas diarias,

debido a que los jóvenes *dealers* no están ubicados en un mismo espacio universitario o barrial.

Los primeros encuentros con los actores seleccionados permitieron consolidar los lazos de confianza y explicar los objetivos de la investigación. Asimismo, se logró informar sobre los compromisos éticos y los riesgos que implicaban participar en este proyecto. Luego de esta primera etapa, se continuaron con las conversaciones informales con el objetivo de complementar la información recopilada de las entrevistas. Así como otros investigadores que no viven en los vecindarios de sus entrevistados (Williams, 1989; Becerius, 2007), estas conversaciones se daban en función a visitas programadas a sus centros de estudio o viviendas. Estas conversaciones fueron convertidas en notas de campo que permitieron desarrollar los ejes de esta investigación y conocer los lenguajes utilizados por los propios actores – los conceptos folk. Estas notas eran escritas el mismo día y analizaban también lo sucedido²¹ (Charmaz, 2014).

Las entrevistas cumplen un rol central en esta investigación. Estas se realizaron entre julio y septiembre del 2015, y buscan responder una serie de preguntas clave con respecto al desarrollo de la trayectoria de estos *dealers*. En primer lugar, se enfocaron en indagar sus primeras experiencias como consumidores de drogas, con quiénes empezaron a consumir, qué drogas

²¹ Por ejemplo, cuando visité a estos jóvenes, varias veces nos encontrábamos con otras personas, principalmente eran sus amigos y/o enamoradas(os). Cuando esto sucedía, y la tercera persona preguntaba “qué hacen”, el joven *dealer* respondía que me ayudaba para un trabajo y no mencionaba que conversábamos sobre su actividad de vendedor de drogas. Esto me dio a entender que podía hacer cuestionamientos sobre a quiénes quieren proyectar la imagen, que en algunas situaciones no quieren ser reconocidos como *dealers*, y que uno de los códigos más importantes es ser “perfil bajo”.

usaban, cómo conocían a sus fuentes de suministro y a qué problemas (económicos o morales) se enfrentaban.

En segundo lugar, se centró en identificar la transición entre ser solo un consumidor recreacional y voluntario de drogas a ser un *dealer*. En esta parte se indagó sobre las motivaciones, sus fuentes de suministro, sus primeros clientes, y si creían que realizaban “algo malo” o si “dañaba a alguien”. La pregunta inicial fue *¿cómo así empezaste a vender drogas?* Esta decisión se basa en un “truco” metodológico señalado por Becker (2009). Este autor menciona que las preguntas sobre el “cómo” dan mayor libertad a los entrevistados a responder las preguntas. “Las preguntas que empezaban con *¿cómo?* [...] eran menos opresivas, les invitaba a responder como les venía en gana, a contar historias que incluían lo que a su entender debían incluir para tener sentido. No exigían una respuesta correcta” (Becker, 2009: 86). Mientras que las preguntas de por qué (vendes drogas) despiertan en los entrevistados la necesidad de buscar “respuestas correctas” sobre sus acciones. En efecto, al realizar la pregunta sobre el cómo, los entrevistados hablaron sobre una serie de detalles que no provocaba en ellos una reacción de culpabilidad sobre lo que hacían.

En tercer lugar, las entrevistas buscan indagar sobre cómo se lleva a cabo esta actividad delictiva, y qué habilidades y conocimientos se requieren para poder llevarla a cabo. Asimismo, se indagó sobre cómo los jóvenes *dealers* se organizan en horarios y en determinados espacios, las drogas que han vendido, la relación que mantienen con sus clientes, y los usos que le dan al

dinero obtenido en la venta. También, una parte importante fue preguntar sobre cómo evitan ser capturados y/o descubiertos tanto por la policía como por otras autoridades (familiares y/o personal de su centro de estudio). Dentro de estas preguntas se solicitó a los entrevistados narrar su experiencia en caso hayan sido detenidos por alguno de estos actores. En cuarto lugar, se preguntó sobre las expectativas que tienen los *dealers* de desligarse de estas actividades ilegales. Esto conllevó a preguntar sobre cómo ellos se sienten en la actualidad al realizar esta actividad, a qué problemas creen que se enfrentan y qué posibles salidas creen que disponen.

1.3.3. Análisis de la información

En base a la propuesta de Emerson, Fretz y Shaw (1995) y Charmaz (2014), el análisis de la información consistió en realizar tres procesos: 1) una codificación abierta, 2) una codificación enfocada, y 3) desarrollar códigos teóricos ²². Según estos autores una codificación abierta implica leer las notas de campo, en este caso las entrevistas, para identificar y formular ideas, temas o problemas que surjan sin importar cuán variados sean. En este primer proceso surgió el tema de la facilidad que implicaba realizar esta actividad y el de los motivos que tenían los actores (dinero y drogas gratis) para realizar esta actividad. También se observó que conforme se desarrollaba la carrera había un mayor crecimiento en el interés por mantener las ganancias y que empiezan

²² Estos autores obtienen dicha estrategia de la aproximación “grounded theory” propuesta por Glaser y Strauss (1967), y Charmaz (2001, 2006, 2014).

a aparecer una serie de dificultades en el desenvolvimiento de la carrera, tales como manejar los horarios, evitar ser capturados, etc.

La codificación enfocada se refiere a que en base a los tópicos de la investigación se empiezan a identificar partes particulares de interés. El investigador desarrolla un set de ideas y categorías que proveen los temas centrales para la investigación final. En ese sentido, se elaboró tres grandes temas: 1) la transición de consumidores de drogas a *dealers*, 2) el desenvolvimiento en el mercado de drogas ilegales, y 3) los posibles procesos de desligamiento de la venta de drogas.

El desarrollo de códigos teóricos tiene la finalidad de crear categorías que estén estrechamente conectadas con los resultados empíricos. Este proceso implica que el investigador empieza a construir categorías analíticas a partir de los datos empíricos recopilados (Emerson, Fretz y Shaw, 1995; Charmaz, 2014). Para ello, el investigador selecciona algunos eventos principales del corpus de las entrevistas, les da prioridad y empieza a comprenderlos en relación a otros eventos importantes. En este caso, la labor es empezar a construir e identificar los mecanismos que operan en el desarrollo de la carrera del *dealer*.

1.3.4. Los casos: dealers de clases medias

Usando una aproximación a “clase” similar a la de Lareau (2002), se considera que estos jóvenes *dealers* son de clase media en tanto viven en hogares en los que al menos uno de sus padres tiene un grado educativo

superior y trabaja en una posición administrativa basada en habilidades de alta complejidad²³. Entonces, desde esta perspectiva, las clases medias serían aquellos individuos y grupos de individuos que “son 1) profesionales (dependientes o independientes), 2) trabajadores de cuello blanco (públicos o privados), 3) empresarios, o 4) individuos jubilados que pertenecieron a estas categorías” (Pereyra, 2016: 24). Efectivamente, estos jóvenes en su mayoría tienen padres limeños y abuelos limeños que han trabajado durante toda su trayectoria como empresarios y/o funcionarios de cuello blanco tanto en empresas como en el sector público. Esto ha generado una trayectoria de los jóvenes entrevistados basada en la educación en escuelas privadas y en universidades también privadas. En el siguiente cuadro se resumen algunas características socio-económicas que comparten los actores estudiados:

Tabla 1. Perfil socio-económico

Nombre	edad	Distrito de residencia	Grado de Estudios	Vive con	Recibe dinero de padres	Empleo formal actual	Gasto promedio mensual	Padres profesionales con certificado
Mario	27	Jesús María	Universitario incompleto privado	Padres y hermanos	Sí (600)	No	1000	Solo padre
Felipe	26	Jesús María	Universitario incompleto privado	Padres	Sí (800)	No	1500	Ambos
Lucía	22	Surco	Universitario incompleto privado	Padres	Sí (400)	No	600	Ambos
Ricardo	21	Miraflores	Técnico Superior completo privado	Padres y hermano	Sí (400)	Sí	600	Ambos
Sebastián	23	Miraflores	Universitario incompleto privado	Padres y hermanos	Sí (400)	No	600	Ambos
Zeta	29	Miraflores	Universitario incompleto privado	Madre y hermano	No	No	1500	Solo madre
Candy Flip	23	Miraflores	Universitario incompleto privado	Amigos de la universidad	Sí (400)	Sí	1000	Solo padre

²³ Como punto de partida, se considera que ‘la clase media’ son modos o estilos de vida de participar en la modernidad cambiante (Rochabrún, 1999; citado por Uccelli y García Llorens, 2016).

Se observa que seis, de los siete jóvenes entrevistados, mantienen la convivencia con sus padres, y todos estudian o han estudiado dentro de centros de educación superior privados que son pagados por sus padres. Asimismo, reciben una asignación monetaria de sus padres que les permite solventar sus gastos básicos en pasajes, alimento, vestido, etc. Finalmente, uno o ambos padres son profesionales con carreras universitarias.

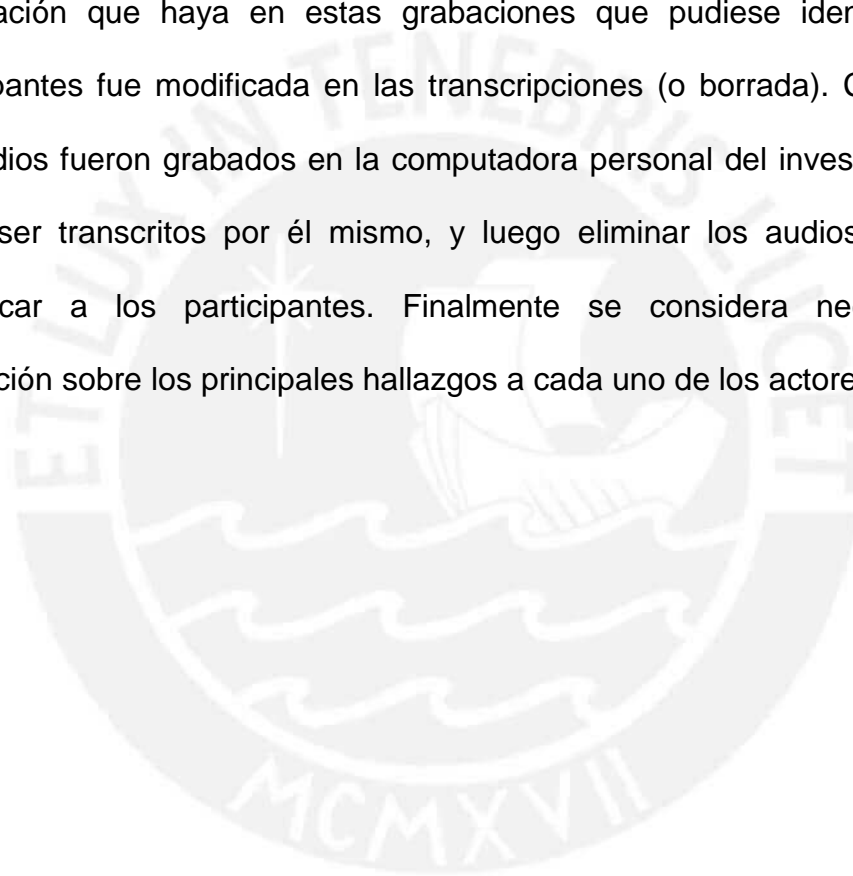
En las entrevistas realizadas, los jóvenes narraron que, además de su consumo de drogas, suelen realizar otras actividades recreacionales que consisten en ir a fiestas o bares ubicados (principalmente) en los distritos de Barranco y/o Miraflores, ir a fiestas de música electrónica (raves), realizar viajes al interior y exterior del país, ir al cine, y salir a comer a restaurantes, etc. Como se observará más adelante, mucho de su gasto promedio mensual se destina a dichas actividades recreacionales.

1.3.5. Compromisos éticos

El procedimiento ético consistió en realizar un documento de consentimiento informado que fue leído a cada uno de los siete entrevistados en el momento del primer contacto que se tuvo con cada uno. Este compromiso consistía en no revelar sus nombres, cambiar sus nombres, borrar los audios en caso fueron entrevistados, y otra sería de medidas para evitar perjuicios a estas personas. Asimismo, se le consultó a cada uno si la entrevista podía ser

grabada y que, ante cualquier incomodidad que puedan sentir, podían libremente dejar de participar en la investigación.

Con la finalidad de asegurar la confidencialidad de los participantes, cada una de las entrevistas fue codificada con un número de identificación y se les asignó nombres ficticios, los cuales son usados en este texto. Cualquier información que haya en estas grabaciones que pudiese identificar a los participantes fue modificada en las transcripciones (o borrada). Cada una de los audios fueron grabados en la computadora personal del investigador, para luego ser transcritos por él mismo, y luego eliminar los audios para evitar perjudicar a los participantes. Finalmente se considera necesaria una exposición sobre los principales hallazgos a cada uno de los actores



Capítulo 2: La deriva hacia la venta de drogas ilegales

El punto de partida es considerar un modelo secuencial de la trayectoria en el que se pueda contemplar las variantes de comportamientos, motivaciones y puntos de vista de los actores a través del tiempo (Becker, 1971). A partir de ello, se tiene como objetivo reconstruir la experiencia a través de la cual los jóvenes estudiados se involucran en la ocupación del *dealer*. Asimismo, se analiza cómo la forma en que están organizados los intercambios de drogas en los que participan influye en el sentido del riesgo que tienen sobre su actividad. Se logró identificar tres mecanismos que facilitarían el desarrollo de dichas trayectorias en el mencionado contexto universitario.

Primero, la experiencia como consumidores recreacionales de drogas permite aprehender rutinas básicas referidas al mercado: quién, dónde y cómo comprar drogas. Segundo, el desarrollo de motivaciones desviadas: los jóvenes perciben que vender drogas ilícitas es una estrategia para solventar un estilo de vida asociado al consumo recreacional en contextos universitarios de clase media (salir a fiestas, irse de viaje, comprar otras drogas, entre otras). Tercero, la construcción de una noción de “riesgo relativo”: los entrevistados consideran que la venta de drogas en estos espacios es “poco riesgosa” en tanto cuentan con el soporte de redes de amistad y confianza que mitiga la sensación de riesgo, pues los actores perciben que no serán denunciados, estafados o violentados por sus clientes; y perciben que el control policial es “escaso” y

“corruptible”. Esta cadena secuencial –que involucra la construcción de disposiciones, conocimientos, redes y una compleja gestión del riesgo- permite a los individuos una construcción identitaria como consumidores recreativos y luego microtraficantes. Este proceso sería relevante para comprender las características del medio social dentro del cual se reproducen los micro-mercados de drogas ilícitas en el contexto universitario de esta ciudad.

2.1. La experiencia en el consumo de drogas ilegales

Los jóvenes entrevistados empiezan su trayectoria desviada con el consumo de drogas ilegales. En esta primera etapa muchos empezaron probando marihuana durante la secundaria²⁴. Los cinco casos que iniciaron su experiencia con drogas en la etapa escolar mencionaron que se trató de un consumo esporádico – no diario – que formaba parte de una actividad grupal con sus compañeros de clase más íntimos, quienes empezaron a experimentar también con alcohol, cigarrillos y progresivamente marihuana. En los siguientes testimonios, Felipe y Ricardo señalan cómo esta experiencia se desarrolla con dichas características, una actividad poco frecuente y grupal:

E: ¿Cómo empezaste a consumir drogas?

F: Por amigos del cole, tenía 16 años, no sé exactamente como ellos empezaron a fumar marihuana, pero en mi caso fue que en un momento estábamos todos chupando [alcohol] y alguien tenía hierba y la lanzó a todos. De ahí era como que chupábamos y a veces fumábamos, pero era muy pocas veces, una vez al mes o dos a lo mucho.

²⁴ Los jóvenes que indicaron que probaron alguna vez marihuana durante su etapa escolar-secundaria fueron Mario, Lucía, Felipe, Zeta y Ricardo. Por su parte, Sebastián probó marihuana cuando terminó el colegio y se encontraba preparándose para la universidad, y Candy Flip fumó por primera vez durante la universidad con su enamorado.

Por su parte Ricardo mencionó lo siguiente:

R: En quinto de secundaria probé marihuana porque tenía un amigo que fumaba, pero no me obligaba a fumar para nada. Y todos sus amigos de él fumaban y, al principio, me pareció medio fuerte, pero de ahí lo lidié, como que todos lo hacían, y fue sin ningún problema. Ya en quinto la gente de mi promoción empezó a probar [marihuana], ya casi todos. No solamente los que eran vistos como, de alguna forma, como los que estaban los más malogrados, los que los botaban y ese tipo de cosas, sino era una cosa más del grupo, un cague de risa era. Entonces ahí probé justamente cuando todos lo estaban haciendo; eso también me incitaba para hacerlo con ellos y los que recién fumaba, y decía 'ya pues si la van a hacer ellos, normal será'.

Para estos cinco casos se trataba de una nueva experiencia que, en su momento, reconocían que era socialmente 'mal vista' por sus padres y otros adultos en general. Esto implicaba que los jóvenes entrevistados carecían de argumentos sólidos que mitiguen la carga moral negativa asociada al consumo de marihuana. Ello les imposibilitaba construir una imagen de sí mismos como consumidores de drogas y justificar sus acciones ante los adultos. Aún, existía en ellos lo que Ricardo mencionó: "tenía miedo a sentirme adicto". Estas sensaciones estaban basadas en los aprendizajes acumulados en la escuela sobre el uso de drogas. Estos consistían en percibir dicho 'mundo' como prohibido y que solo lo hacen los 'malogrados' o 'rebeldes' de las normas (impuestas por adultos). Como comentaron, en sus colegios aprendieron que consumir drogas posiblemente era algo malo para ellos, pero hacerlo era una manera grupal de hacer frente a esta visión y empezar a concebir el consumo de drogas como un momento de diversión con los amigos.

Sin embargo, ese proceso no se consolidará en esta etapa. En parte también porque el acceso a la droga dependía fundamentalmente que un amigo suyo les invitara o, en todo caso, grupalmente la compraran por intermedio de un amigo; es decir, no conocían a la fuente de suministro personalmente. Estos factores conllevan a que estos jóvenes suspendan su consumo de drogas. Por ejemplo, Mario sostuvo que dejó de consumir porque se quedó sin acceso a la sustancia y porque creía que lo perjudicaría en su intento de ingresar a la universidad:

M: a mis amigos los botaron del colegio, ahí se me hizo más difícil fumar porque dije "qué me voy a estar metiendo a esas calles, y dije ah ya fue, ya". Y como que dejé de fumar unos tres años, hasta que entré a la universidad. Porque no fumé porque creía que en la universidad te hacían exámenes toxicológicos y esa huevada, y estaba palteado. Me demoré en ingresar casi un año a la universidad. Ya cuando entré empecé a conocer gente que fumaba, también me reencontré con mis amigos de la pre que fumaban también

En efecto, Becker (1953; 1971) indica que algunos de los pasos para consolidar una carrera desviada en el consumo de marihuana son: 1) aprender a fumar de tal manera que logren sentir los efectos de la marihuana; 2) aprender a reconocer esos efectos y asociarlos al uso de drogas; y 3) aprender a disfrutar de la sensación que ellos perciben; 4) superar la carga moral negativa asociada al consumo de esta sustancia; 5) aprender a ocultarse de los no consumidores; y 6) conocer a las fuentes de suministro. Para todos los casos entrevistados, este proceso señalado por Becker se consolida con su ingreso al espacio universitario. En este caso, los campus universitarios son

espacios de socialización y de posibles encuentros con el consumo de drogas legales – como el alcohol y tabaco – e ilegales – como la marihuana, cocaína, éxtasis, entre otros – (Mohamed y Fritsvold, 2006; CEDRO, 2014; Pillon, et. al, 2005). Dentro de ellos se vuelven a encontrar con redes previas de ‘viejos amigos’, ya sea del colegio y/o vecindarios, que comparten el consumo de drogas. Y, por otro lado, empiezan a entablar nuevas relaciones con otros consumidores que van conociendo en dichos ambientes. En esa medida, estas instituciones educativas son importantes en tanto son espacios en donde el uso de drogas está normalizado dentro de determinados grupos de personas y proveen un lugar ‘seguro’ para dicha actividad.

Asimismo, en esta etapa, los actores ‘sienten la pegada’ de la sustancia de una manera diferente a las veces anteriores: aprenden a gustar de los afectos, a asociarlos con el consumo a través de las relaciones sociales que mantienen con otros consumidores. Sebastián muestra un ejemplo de ello, sobre cómo aprender a reconocer estar ‘stone’ es una actividad de grupo:

S: Me acuerdo que la primera vez que estuve stone fue que probé con mis brothers y fue cague de risa, me acuerdo que estábamos en el Malecón, estábamos fumando, matándonos de risa, mirando el mar no más, y decían cada huevada. Y yo me di cuenta que ya estaba loco cuando no hablaba y simplemente caminaba y no movía mis brazos, ni piernas, y no podía pensar, no podía pensar (risas). Loco, como que quería hacer algo, pero como que no concretaba. Y luego me preguntaron "oye en qué estás", y en eso volteo, y te juro que yo en mi cabeza le hablé, pero no había respondido nada, y mis patas me miraron como que 'huevoón, pucha que estás loco' y yo dije '¡Sí!', y se reían, fue un cague de risa, la pasé muy bien ese día.

Aprender a disfrutar de los efectos también implica aprender sentir sensaciones en sus cuerpos y concebirlas como positivas. Este disfrute

contribuye a que los consumidores disminuyan la carga moral negativa asociada al consumo de drogas y generen argumentos que defienden su consumo. Así, Zeta empezó a experimentar con drogas psicodélicas y sostuvo que *“cuando empecé a probar LSD me encantaron, descubrí el mundo de la psicodelia, no solo me divertía, sino que de alguna manera me conocía a mí mismo”*. Gustar de los efectos les permite enfrentar ciertos problemas con respecto al consumo de drogas ilegales, principalmente, los referidos al sentir que hacen ‘algo malo’ o que van a convertirse en ‘adictos’. Esto se sobrelleva a través de un proceso de aprendizaje que se da en sus relaciones sociales con otros consumidores, con medios de comunicación (como el internet), y con las drogas que consumen y las sensaciones placenteras que sienten en sus cuerpos. De ahí que Ricardo sostuviera que:

R: Ya cuando pasa el tiempo, te informas, ves gente que fuma y es profesional, ves por internet, y te das cuenta que, sobre todo en el tema de la marihuana, es legal en la potencia del mundo, se usa para la parte medicinal, te das cuenta que no es nada malo consumirla [...] además, también cuando empecé a consumir, me gané que un tío fumaba hierba, un tío que es profesional y todo, ver eso me hizo pensar que era algo que no te afectaba en tu vida, que no tiene nada de malo.

Además de lo señalado por Ricardo, otra de las estrategias para mitigar esta carga moral es formar parte de un grupo en donde el consumo de drogas esté normalizado. Durante su estadía en sus centros educativos empiezan a interactuar cotidianamente dentro de redes de personas que consideran al uso de drogas como una actividad cotidiana. Nuevamente, Sebastián muestra un

ejemplo de cómo comenzó a conocer a gente de su universidad que consumía marihuana:

E: ¿Y cómo conociste a la gente que fumaba en tu universidad?

S: Porque siempre se da pues, o sea, primero me acuerdo que fue en mi salón de cachimbos, porque ahí tú entrabas y el primer ciclo lo llevas siempre con la misma gente. Entonces ahí me hice pata de un brother que también era fumón y, ya pues, luego empecé a fumar con la gente de la universidad, luego ese man tenía otro brother que estaba en la U y, así terminas conociendo a todos. Y, además, cuando vas parando en los points donde va siempre la gente que fuma, porque tú también vas a fumar, la gente como que ya te saca, te ve y te saca, y toda la huevada, y tú le puedes decirles ‘oye como que lánzame’, y la gente dice ‘ya fresh’.

Esto permite observar que conforme van frecuentando los lugares—points—para fumar marihuana dentro de los espacios académicos, progresivamente van condensando un conjunto de relaciones sociales entre conocidos y amigos con los que comparten no solo el consumo de drogas, sino también clases y otras actividades recreacionales tales como ir a fiestas, tomar cervezas, ver películas, etc. Asimismo, los jóvenes aprenden y desarrollan una serie de estrategias para evitar ser descubiertos por la policía y de sus padres. Aprenden de otros consumidores que, por ejemplo, es más seguro fumar marihuana dentro de la universidad que en las calles porque la policía no tiene acceso a estos lugares, y la seguridad interna de la universidad tiene una débil presencia. Mientras que cuando fuman en las calles, empiezan a tomar ciertas medidas precautorias, como fumar contra el tráfico, fumar en calles poco concurridas y hacerlo de manera rápida.

En este punto, un aspecto central que marcará la trayectoria de estos jóvenes es que aprenden – ya sea por experiencia personal o porque lo escucharon de otros – que la policía es corruptible, ya que lo único que busca al detener usuarios de drogas es ‘sacarles plata’. Si bien, estos jóvenes no se perciben como el objetivo principal de la labor anti-narcóticos de la policía, algunos de ellos han sido detenidos en su etapa de consumidores. En los casos de Felipe y Sebastián, en dicha experiencia efectivamente aprendieron que era posible corromper a la policía con dinero en caso de ser detenido. Estas acciones marcan la idea que los jóvenes sea hacen sobre su consumo, en lugar de disuadirlos a dejar de usar drogas, les genera una sensación de injusticia al creer que no hacen daño a nadie y aumenta su desconfianza hacia las autoridades policiales. Así, se va desarrollando una imagen de las autoridades que se contrapone con sus percepciones sobre el uso – normalizado— de sustancias psicoactivas; lo que genera que desarrollen más estrategias para volver a evitar ser detenidos por los efectivos.

Otro aspecto fundamental en esta primera etapa de su carrera desviada, es conocer a las fuentes de suministro de drogas. Las primeras estrategias para acceder a estas se dan a través de su grupo de amigos quienes poseen la fuente de información sobre quién es el distribuidor, qué tipo de droga vende y a qué precio. Por ejemplo, Mario sostuvo que sus amigos le ayudaban a comprar marihuana porque él no era mucho de conocer al mismo *caño/dealer*.

M: Ya cuando entré a la universidad igual buscaba a algunos de mis amigos que tuviera a algún contacto e íbamos a sacar así, siempre amigos me sacaban a mí. Yo no era mucho de conocer al mismo dealer, más que todo mis amigos me sacaban y yo les daba la plata.

Y Lucía describe otro:

L: De hecho que la de siempre pues, en mi época era con el Kiko²⁵, los cobis²⁶ de 10 o 20 lucas que eran súper potentes y que puta hacías una chancha, y podías sacar un cobi de 20 lucas entre cuatro personas.

Mientras que, en otros casos, como los de Felipe, Ricardo, Sebastián y Candy Flip, la fuente de suministro es alguien cercano a ellos e inclusive un amigo suyo de la universidad o del colegio. Por ejemplo, Ricardo afirma que “*la persona con la que yo fumaba era la misma que me vendía hierba, mi brothersaso del cole*”. De la misma manera, Felipe le compraba marihuana a una amiga suya que conoció en lo universidad. Lo importante de conocer a la fuente de suministro es aprender, lo que Zeta denominó como “*el lenguaje de las tranzas*”. Esto significa aprehender los códigos tanto corporales como discursivos que les permiten desenvolverse en los intercambios de drogas en espacios ‘privados’:

Z: Un lenguaje que uno va aprendiendo de otras tranzas que uno hace, te das cuenta cómo es la movida, cómo el dealer te cita en un lugar caleta, cómo te entrega rápido tu huevada, te das cuenta cómo es la movida, tienes que saber, si uno no sabe se dificulta eso, se hace más riesgoso la transa.

Estas habilidades son aprendidas a partir de la interacción con otros vendedores quienes son próximos a sus círculos de amistad. Además, un elemento importante es que los jóvenes entrevistados generan principios de

²⁵ Nombre modificado.

²⁶ Cobis es igual a un paquete de marihuana.

diferenciación entre vendedores que atienden por teléfono, son tus conocidos y te citan en lugares considerados más ‘seguros’ frente a vendedores que se ubican en las ‘calles’ o en los ‘huecos’ de algunos vecindarios, son desconocidos y es ‘más riesgoso’ comprarles; además, en estas zonas perciben que se exponen a comprar droga adulterada o de baja calidad. Esta diferenciación genera la disposición de preferir comprar drogas a los primeros en lugar de los segundos. Zeta brinda un ejemplo claro de esta diferenciación entre un ‘dealer de la calle’ y un ‘dealer brother’:

Z: Antes yo compraba hierba o vaina en los huecos.

E: ¿Qué es un hueco?

Z: O sea, no es un dealer que va a tu casa, sino un punto de venta en la calle. Nosotros éramos de la zona pituca y nos íbamos a ‘barrio fino’, así le decíamos, que era un barrio pobre, en Barranco, de hecho, ahí nos alucinaban como pitucos. De hecho, varias veces nos bolsiquieraon, o quisieron robar, así era en un momento. Ya luego empecé a conocer a personas que te atendían por celular, empezó a aparecer otra calidad de hierba – el ‘skan – a diferencia de la ‘pons’ que te daban en los huecos, que es roja y fea. Aparecieron otros dealers que era un causa, de otro sector social, ya no un sector social tan pobre como en los huecos, sino algún brother de Miraflores o Magdalena.

Esta demarcación permite observar el contexto social en el que se desenvuelven los jóvenes entrevistados: un ambiente de intercambios de drogas seguros, en la medida en que reduce bastante su probabilidad de exponerse a robos, ni a drogas de baja calidad o adulteradas. En dicho contexto se desarrollan habilidades, disposiciones y visiones sobre los intercambios de drogas que se configuran en una serie de rutinas tales como consumir drogas los fines de semana o durante sus intermedios de clase junto

con sus amigos/compañeros. En estas rutinas también aprenden los lenguajes utilizados sobre las drogas. Por ejemplo, aprenden a utilizar la palabra '*dealer*' o 'caño' para referirse al vendedor; o palabras como 'weed' o 'cobi' para referirse a los paquetes de marihuana, y 'cana' para identificar que un lugar es vigilado por la policía. A su vez, conocen los lugares seguros para consumirlas y aprenden dónde comprarlas. Esta evidencia refuerza el argumento de Becker (1953, 1971) que sostiene que la experiencia social en el consumo de drogas permite desarrollar una serie de concepciones y juicios sobre lo que implica ser un consumidor. Estas visiones del mundo son aprendidas a través de las relaciones sociales que mantienen con otros actores claves – otros consumidores, amigos, fuentes de suministro, policías, padres – y se consolidan cuando pertenecen a un grupo específico de consumidores recreacionales. De manera que el actor se va adhiriendo a ciertas pautas de comportamiento asociadas a dicha actividad.

2.2. El desarrollo de motivaciones desviadas y sus justificaciones

En esta etapa descrita, los siete entrevistados han hecho que el consumo de drogas – principalmente marihuana – sea parte de su rutina diaria. Además, han experimentado con otro tipo de sustancias como cocaína, éxtasis, LSD y hongos psicodélicos. Es decir, están vinculados con un entorno permisivo hacia el consumo de drogas que, además, es un entorno social que prioriza el consumo de drogas de buena calidad cuyo uso es para fines de diversión entre

el grupo. En dicho contexto, se presenta un inconveniente económico para los jóvenes entrevistados: cómo solventar un consumo frecuente de drogas y cómo financiar sus gastos en actividades recreacionales.

En las entrevistas se halló dos patrones con respecto a las motivaciones desviadas que desarrollaron los jóvenes para justificar cómo se involucran en la venta de drogas. En el primero se identifica que los entrevistados venden drogas para solventar su propio consumo como una forma de ahorrar dinero en este tipo de gastos²⁷. Al tener ello como motivación, las ventas se circunscriben a las drogas que consumen y, en su mayoría, empezaron a vender en pequeñas cantidades. Mario señala este proceso:

E: ¿qué te llevó de ser un consumidor a empezar a vender?

M: Seguro que en esos tiempos como que mis papás me mandaban plata de Estados Unidos y también estaba cara la marihuana, 20 dólares cada paquete, más que todo fui consumidor habitual cuando regresé de Estados Unidos porque había venido con plata y podía sacar todos los días, fumar con mis patas, eso... pero ya cuando se me fue acabando el dinero, pensé en ver cómo ahorrar para fumar hierba o una forma de fumar gratis. Y ya pues, la tenía ahí, manyaba al caño, y como que compraba un 16 [62.5 gramos], vendía la mitad o 30 gramos, vendía un poquito más, ganaba un poco de plata, recuperaba, pero lo demás lo fumaba también, y así no gastaba en fumar, un gran gasto es fumar.

Por su parte Ricardo mencionó que:

E: ¿Y si tendrías que mencionar algunos motivos por los cuales empezaste a dealear?

²⁷ Resultados similares son mencionados en Jacques y Wright (2015), Mohamed y Fritsvold (2012), Adler y Adler (1983); Belackova y Vaccaro (2013); Murphy et. al. (1990); Duck (2016). A manera de resumen estos autores concuerdan en que existen diferentes entradas hacia la venta de drogas, entre ellas se encuentran: 1) los casos en que se tiene una buena conexión con un distribuidor y una demanda social de drogas; 2) aquellos que venden drogas para subsidiar su uso personal; 3) los que venden porque quieren comprar drogas de mejor calidad; entre otras entradas. Lo importante es resaltar que hay un contexto social que permite que se configuren diversas entradas hacia la venta de drogas.

R: Yo creo, y me he dado cuenta hablando contigo, es que uno de los temas es que no quiero gastar plata en esta huevada [marihuana], y que yo soy un usuario de marihuana, yo fumo, casi todos los días (...) soy súper usuario, y no tengo un culo de plata muchas, tendría que sacar dos pacos a la semana, 100 soles a la semana, empezaría a decrecer mis ingresos, la mitad de mi sueldo, jajaja (...) y lo primero que aprendí, en mi caso personal, es que hay maneras de no gastar plata para fumar.

Ricardo aprendió a través de un *dealer* amigo suyo que había una manera de no gastar dinero para fumar: vender marihuana. Esto consiste en un proceso de evaluar la situación en la que se encuentran, si bien saben que sus padres les pueden otorgar dinero, muchas veces este no es suficiente para solventar su consumo de marihuana. Además, otros prefieren evitar sospechas de pedir recurrentemente dinero a sus padres. Mientras tanto, por el lado del grupo de consumidores, se encuentra que el uso de la marihuana es parte de las actividades cotidianas de su grupo de amigos y pares. Y también es una actividad que lo realizan a solas o con personas 'íntimas' (encuentros sexuales o parejas). Estas dinámicas relacionales generan que tener marihuana sea uno de los elementos necesarios para ser parte de un grupo y mantener un estilo de vida aceptado por los actores (consumidores) participantes.

El gran dilema es que este estilo de vida empieza a preferir tener mayores cantidades de marihuana y mejor calidad de dicha droga – en general se encuentra que estos jóvenes tienden a preferir drogas que sean de 'buena calidad'. Ello ha implicado que los jóvenes sepan distinguir entre aquella marihuana de buena calidad y otra que no, a través de su olor, la textura de los cogollos, su color, la cantidad de 'lechugas [hojas]' que presenta, entre otros

aspectos. Todos estos elementos configuran que una motivación para entrar en el micro-comercio de drogas sea ‘vender para fumar gratis’. Así, por ejemplo, de 32 gramos de marihuana que cuestan 90 soles, se pueden hacer tres paquetes de seis gramos cada uno. Venderlos a 30 soles c/u, recuperar la inversión de 90 soles, y sobrarían 14 gramos de marihuana para fumar. Desde la visión de estos jóvenes *dealers* estos intercambios son una manera de tener buena hierba gratis:

L: Lo que hacía y hago siempre es separo primero los moños, los mejores moños me los quedo, estos son los más gorditos, los que tienen más cristales, y cero lechugas, cero. normalmente me quedo con entre 15 a 20 gramos... poco a poco el ahorrarme el dinero de los moños también significó tener buena ganjah gratis y ganar algo de para las chelas o el fin de semana.

En la última oración del testimonio de Lucía, se expresa el segundo patrón de motivaciones: generar un dinero extra. Nuevamente, el dinero de sus padres no alcanza para cubrir sus estilos de vida asociados a las diversiones relacionadas a la vida universitaria: salir a tomar con sus amigos, a “juerguear”, ir a “raves”, comprarse celulares, salir con sus enamoradas(os), viajar a hacer turismo o intercambios universitarios, entre otras actividades. Así, Felipe señaló que:

E: ¿Me podría mencionar algunas motivaciones principales que tienes para vender?

F: Plata...O sea mi vieja si me da plata, pero igual pues. O sea, si quieres juerguearte bien, puta no te alcanza. O sea, mi vieja en un fin de semana me pueda dar 80 lucas, pero con 80 lucas no alcanza. Porque mira, o sea si quieres rolear²⁸ puta son 100 lucas, quieres chupar bien, mínimo 50 o 70 soles, puta quieres acabar en el telo, 70 lucas más, los taxis, la comida, 200 en una salida de una noche.

²⁸ Consumir MDMA.

De la misma forma Candy Flip sostuvo que en un principio “quería plata para jugar y también para ahorrar para irme de viaje de nuevo, así empecé a vender vaina [cocaína]”. Este dinero extra les permite mantenerse en las actividades asociadas a los estilos de vida de jóvenes universitarios, y les da una sensación de “libertad” de poder hacer lo que deseen con ese dinero, incluso compartir drogas con sus amigos. En una conversación con Lucía, narró que se sentía bien cuando les invitaba drogas a sus amigos y tenía dinero para también invitarlos al cine y comer sin ninguna preocupación²⁹. Esta posibilidad de gastar dinero y compartirlo con sus amigos aumenta su pertenencia en el grupo de consumidores. Y, además, configura una imagen de sí mismos como ‘chéveres’, es decir, personas que contribuyen a que otros se diviertan con ellos a través del consumo de sustancias o actividades de entretenimiento, tal como narra Felipe:

F: tampoco no tenía tanta plata porque me podía tirar más de 300 lucas en un fin de semana. O sea, es como que...tu sabes que nadie va a sacar M [éxtasis], pero que varios la hacen comer M, entonces tú lo sacas, lo que quieres es divertirte con tus patas, y ya pues de hecho que le invitas a alguien el M, y no solo eso, le invitas chela o algo, te vacilas, de eso se trata³⁰.

Sin embargo, se ha mencionado que el cálculo racional acerca del dinero no es el único elemento en las tomas de decisiones de riesgo, los jóvenes se

²⁹ El interés en incrementar las ganancias se acrecienta conforme avanza la carrera del *dealer*, esto se verá en cómo los jóvenes afirman que una de las razones por las que continúan haciendo esta actividad es por el dinero en efectivo. Este patrón también es señalado por Adler y Adler (1983) y, Taylor y Potter (2003).

³⁰ Resultados similares en Jacques y Wright (2015). Estos autores relatan como factor importante ‘la búsqueda de ser cool’, como elemento que posibilita a ciertos jóvenes de clase media involucrarse en la venta de drogas. Esto se basa en compartir o fiar drogas en un ambiente de fiesta y diversión.

involucran en la venta de drogas no únicamente por el dinero o por la aventura, o por asumir el personaje de ‘*dealer chévere*’ que les da drogas a sus amigos, sino también porque las visiones acerca del consumo de drogas se alinean perfectamente con las visiones referidas a la venta. Es decir, las justificaciones que neutralizaban la carga moral negativa asociada al consumo de drogas permiten el desarrollo de técnicas narrativas que también neutralizan los aspectos negativos asociados a la venta.

En este momento, los jóvenes se encuentran en la deriva hacia la venta de drogas, es decir, una etapa en la que el vínculo moral con las leyes formales se quiebra temporalmente y posibilita la realización de actividades que violan las leyes formales del Estado (Matza, 2014). Esta ruptura temporal es posibilitada por el desarrollo de las técnicas de neutralización que son argumentos narrativos que justifican la actividad delictiva (Matza y Sykes, 1957). A partir de las narraciones de los siete jóvenes *dealers*, se identificaron tres argumentos neutralizadores: 1) la negación de una víctima, 2) cuestionar a sus acusadores y, 3) generar una imagen positiva sobre su actividad.

Con respecto a la “negación de la víctima”, se identificaron dos tipos de justificaciones en base a la droga que venden. Por un lado, se encuentran los *dealers* que en su mayoría han vendido y venden solo marihuana (Mario, Felipe, Sebastián, Ricardo y Lucía). Ellos consideran que esta droga es una sustancia que no representa mayor daño a las personas a quienes les empezaron a vender. Esto se debe a que en su etapa de consumidores han aprendido a gustar de los efectos de la marihuana, que su consumo es

voluntario y consideran que es poco probable que implique grandes riesgos para la salud tanto de ellos como de sus clientes. Sebastián ejemplifica bien este caso:

E: ¿Y crees que haces daño a alguien?

S: Daño no hago, porque nadie se va a morir con esto, no es como vender cloro [cocaína], ahí sí haces daño, pero nadie se va a morir con hierba.

Asimismo, otro argumento es considerar que sus primeros clientes son personas que “ya saben lo que se meten”, es decir, que ellos mismos (los clientes) pueden medir los posibles riesgos de consumir drogas. Tal como señala Felipe:

E: ¿Y crees que haces algo malo o daño a alguien?

F: No.

E: ¿Por qué?

F: Porque cada uno sabe, no es un niño de 10 años, ya está dentro de la universidad; o sea, yo creo que tienes el razonamiento suficiente como para saber que te puedes ir en floro [volver adicto].

Se observó que Sebastián hace una diferencia entre vender cocaína y marihuana, para él y para los otros *dealers* que solo venden cannabis, la cocaína sería una droga que implica más daños a la salud de las personas. Pero ¿cómo Candy Flip percibe eso? Al momento de indagar sobre si creía que estaba haciendo algún daño a sus clientes porque les vendía cocaína, ella percibía que sus clientes no eran “adictos” sino consumidores recreacionales de esta droga, que les gustaba consumirla cuando salían los fines de semana a tomar alcohol. De modo que no se preocupaba mucho por identificar un daño,

ya que sus clientes también son consumidores voluntarios. Lo mismo sucede con Zeta quien vende principalmente hongos psicodélicos y él considera que es una droga que puede compartir y disfrutar con sus amigos/clientes. De manera que, se concibe a sí mismo como un actor que puede proveer nuevos modos de percepción en sus compañeros a través de la venta de drogas psicodélicas:

E: ¿cuándo empezaste a vender, creías que hacías algo malo?

Z: cuando probé hongos, me encantaron, aprendí mucho de ese viaje, de mí mismo, y en general a apreciar muchas cosas desde la psicodelia. Me parecía que era algo que podía compartir con mis amigos, que ellos también aprendan, así que no me parecía nada malo empezar a hacerlos y vendérselos.

La segunda técnica identificada en las narrativas de los jóvenes *dealers* es “condenar a sus acusadores”, es decir, cuestionar a las sanciones penales y a sus ejecutores estatales (la policía). Ya se había observado que cuando eran consumidores aprendieron a percibir a la policía como una entidad corruptible. Estas ideas se refuerzan conforme se desarrolla su experiencia en el intercambio de las drogas ilegales. A continuación, se presentan tres narraciones con respecto a la opinión sobre las sanciones penales por tráfico ilícito de drogas. Por su parte, Felipe considera que:

E: ¿Y qué piensas de las sanciones penales por vender drogas?

F: Son una estupidez, o sea deberían enfocarse en otras cosas. O sea, porque el problema no son los micro-comercializadores, los problemas son los grandes peces, me entiendes. Encima la marihuana no es el problema, el problema son otras drogas, como la cocaína, donde puta ahí más violencia, fijo.

De igual manera, Lucía nos cuenta que:

E: ¿Y qué piensas de las sanciones penales por vender drogas?

L: Que son una cagada, igual es delicado, si estás hablando de hierba es otra cosa que, si estás hablando de puta mover cantidades de coca serias, porque en la cocaína ya está implicada muchas más muertes, mucha más sangre, mucha más violencia, mucho más daño. Es otra cosa estar vendiendo ketas o cocaína que vender hierba, es muy distinto, creo que las sanciones por marihuana sí son ridículas, sobre todo comparándolas con otras normas penales.

Mientras que Ricardo, afirma

E: ¿Y qué piensas de las sanciones penales por vender drogas?

R: Puta para empezar que hay un vacío legal palta de que no puedes sembrar, ni comprar, mucho menos venderla, pero sí puedes portar, manyas, eso siempre ha sido como que está bien, porque a nosotros los usuarios nos da una salida espectacular, pero es súper estúpido que puedas tener 8 gramos, pero no puedes comprar, no puedes sembrar, no puedes vender, entonces como ¿qué carajos?, te tienes que encontrar la grifa, una vaina así. Ya muy aparte de eso, acá no existe esa mierda pues, porque acá todo es plata pues, porque acá nada, nada en verdad va a ser justo, si te chapan, es plata para que salgas, así es, nada es por la legal.

Estas narraciones revelan que los jóvenes *deales* manejan ciertos conocimientos sobre las leyes penales y en base a su experiencia como consumidores plantean cuestionamientos a estas normativas. Estos tres argumentos corresponden a vendedores principalmente de marihuana, ellos perciben que este mercado no es “un gran problema” en comparación con el mercado de cocaína. En este último, ellos consideran que es posible que haya más violencia, entre las personas que consumen y producen esta droga se hagan más daño. Además, consideran que la labor de la policía no se enfoca en los eslabones más altos de la cadena de valor del tráfico de drogas, y que los micros-traficantes no son “el verdadero problema”.

Estas argumentaciones constituyen “las creencias subculturales con respecto a la incompetencia técnica de los funcionarios” (Matza, 2014: 262) que alivian en buena cuenta el temor hacia los representantes de la ley. En esta justificación es posible que los jóvenes *dealers* creen que sus acusadores están equivocados y que tienen menos probabilidades de ser capturados. Si bien no podemos afirmar que en la cadena productiva del tráfico ilícito de drogas de marihuana no haya muertes o violencia, se afirma que su experiencia como consumidores de cannabis ha generado que perciban esta situación. El mercado en el que participan estos jóvenes *dealers* está compuesto por lazos de amistad y personas conocidas en donde se comparten las drogas y existen ciertas relaciones de confianza entre los consumidores³¹. De modo que, si es que existen este tipo de “rasgos violentos”, se los niega para poder justificar su actividad. Asimismo, existe una percepción sobre el funcionamiento del sistema policial, se afirma que este es básicamente corruptible y que no ataca al “verdadero problema”, que sería a los traficantes de grandes cantidades y de cocaína. En esa medida, los jóvenes empiezan a considerar que ser un *dealer* no implica ser necesariamente un delincuente, y que la imposición de la ley es arbitraria y moralmente sesgada.

Con respecto a esto último, los *dealers* desarrollan una “auto imagen positiva” de su actividad, porque justamente se perciben como facilitadores y/o intermediarios entre el distribuidor mayorista y sus amigos/clientes. Si bien reconocen que formalmente son delincuentes, no perciben que esta categoría

³¹ Sanberg (2012), Belackova y Vaccaro (2013) muestran como los consumidores de marihuana y los dealers suelen compartir lazos de amistad, comparten el consumo de drogas y otros espacios recreacionales.

es la adecuada para definir su actividad, ya que esta, más que un delito, es un “servicio”, que, según ellos, por cuestiones morales, es considerado ilegal. Las entrevistas a Felipe y a Ricardo permiten dar cuenta de estos procesos de neutralizar la carga moral negativa que se asocia a la venta de drogas:

E: Y cuando empezaste a vender ¿creíste que estabas haciendo algo malo?

F: No, nunca he pensado que haya hecho algo malo, o sea a mí me parece una estupidez si todo el mundo consume, o sea por qué prohibirlo... estás criminalizando al huevón que consume. O sea generalmente la drogadicción se asocia con la delincuencia pero puta el tomo [policía] debería saber diferenciar que nosotros no somos delincuentes manyas.

E: ¿Entonces que sería?

F: ¿Cómo que qué sería?

E: ¿Cómo definirías lo que haces?

F: Nada, es un servicio que le hago a mis amigos pues.

Mientras que Ricardo sostuvo que:

R: Yo no me siento un dealer, un traficante, ni minorista, ni nada, sino me siento un facilitador. Y lo siento así, por un tema de lo mismo que hemos mencionado hace un rato. Que es que con el tiempo te das cuenta lo estigmatizada que está [la marihuana], que está este tema en general, y el poco conocimiento que hay, y la cantidad de prejuicios desargumentados ¿no? o sea finalmente simplemente están impuestos. Me dejó entender. Y puta esa es la vaina, esa es la vaina para mí. O sea, yo ya estoy tranquilo con eso, porque no es que sienta que haga algo malo. Yo podría salir tranquilamente en las noticias, o sea porque sí soy un micro ¿no? Pero, como te digo, yo hago la vaina para recuperar mi dinero, y fumar gratis, y por ahí en algún momento puedo ganar plata.

Asimismo, los *dealers* refuerzan su auto-imagen positiva indicando que ocupan una posición en la red “de amigos/clientes” de la que son parte. Ellos no se perciben como delincuentes, sino tienen un rol social distinto: son intermediarios y proveedores que proporcionan la mercancía que dicha red

demanda, como Candy Flip dijo “yo estoy cubriendo la necesidad de mis amigos, les estoy haciendo un favor”. Estas informaciones son relevantes porque muestran que, al menos en el inicio, los jóvenes buscan neutralizar no solo lo moral, sino el carácter de negocio que tiene la actividad, al momento de decir que no tienen ‘clientes’ sino ‘amigos’. Además, los *dealers* reconocen que más allá de realizar esta actividad ilegal, también son estudiantes, hijos, amigos, practicantes, algunos tocan música, realizan diversos hobbies, en general, realizan una variedad de actividades moralmente poco cuestionadas. Con lo cual, la trayectoria de estos *dealers* es un movimiento que oscila dentro de los contextos sociales delictivos y los convencionales (Jacinto et. al, 2008; Matza, 2014; Adler, 1985). Esto quiere decir que los *dealers* no se perciben como profesionales criminales y que, por el contrario, sus primeras impresiones es que pueden dejar de vender drogas en cualquier momento. Ahora bien, estos estilos de vida compartidos colectivamente se sitúan en redes de intercambios de drogas en donde, los jóvenes ya conocen previamente a los potenciales clientes y sus fuentes de suministro, de manera que, utilizan estos contactos personales para participar en una ocupación no desconocida: ser un *dealer*³².

³² Como señala Desmond (2006: 392) al citar a Granovetter (1974), tanto los bomberos forestales como estos jóvenes *dealers*, no difieren de los obreros o profesionales o gerentes que utilizan sus contactos personales cuando buscan y consiguen trabajo.

2.3. Ser *dealer*: una decisión de ‘riesgo’

Para mí empezar a vender fue súper fácil, como te digo, no corro el riesgo de hacer esto, mi pata es mi caño, mis amigos mis clientes, así es la huevada para mí. (Ricardo, vendedor de marihuana)

Empezar a vender drogas para el sentido común puede implicar realizar una actividad que pone en peligro la libertad y salud de uno mismo, es decir, hay un gran riesgo que asumir. Entonces ¿cómo es que estos jóvenes asumen estos riesgos cuando hay otras maneras de ganarse la vida? Las teorías criminológicas explicarían que las personas venden drogas principalmente para hacer dinero y porque los ingresos de la venta son mayores a los costos y riesgos implicados. Desde esta perspectiva, el *dealer* es un individuo calculador que basa sus decisiones en información conocida a través de las interacciones entre grupos de actores (Caulkins and MacCoun, 2013, citado por Sandberg, 2012). Otra narrativa explicativa es aquella que sostiene que el riesgo de las actividades criminales – incluidas la venta de drogas – son atractivas para los jóvenes en la medida en que crean un marco de referencia a través del cual los jóvenes pueden mejorar su estatus frente a sus pares, a través del honor y el respeto (Ferrel, 1997; Bourgois, 2010). Sin embargo, en los casos estudiados se observó una dinámica distinta de cómo entender el riesgo al realizar una actividad criminal; esta es vista no como un ‘atractivo’ o como un ‘calculo’ sino como una actividad ‘fácil de realizar’. Al igual que Ricardo, los entrevistados

mencionaron que sus primeros intercambios como *dealers* los hicieron sin muchas preocupaciones y dificultades.

En efecto, tener motivaciones y los vínculos morales neutralizados contribuye a que se genere el ambiente propicio para realizar una actividad delictiva. Pero, además, los jóvenes *dealers* tienen que percibir que vender drogas es una actividad fácil de hacer. Ante ello, surge la pregunta sobre ¿cómo los jóvenes construyen y gestionan los riesgos que implica realizar esta actividad? Se afirma que en sus experiencias como consumidores se han inscrito en una red social de intercambios de drogas que influye en la construcción de un 'riesgo relativo', esto es, percibir que su actividad es poco riesgosa y resulta ser un paso más hacia un espacio social ya conocido.

2.3.1. Las redes de amistad y confianza

La red social que caracteriza a estos intercambios es una estructura de relaciones sociales de amistad entre los jóvenes consumidores y *dealers*. Esto supone relaciones que son voluntarias y elegidas por los actores – uno elige a sus amigos, sin que ello implique una reciprocidad, ya que el otro puede no considerarlo como amigo (Santos, 2010). Como se ha ido observando, estas relaciones de amistad se van construyendo a lo largo de su trayectoria como consumidores de drogas en espacios universitarios. En este proceso se configura una estructura en donde los jóvenes “*construyen relacionamente*

identidades...forjan culturas juveniles; es decir, elaboran sus propios símbolos, códigos y lenguajes” (Santos, 2010: 10).

Para estos *dealers*, la red de sus amigos es aquella plataforma que le permite identificar su comportamiento como aceptable, dado que todos participan en la dinámica de consumir drogas, comparten las experiencias y los significados asociados a esta actividad. Lo más importante es que comparten códigos de confianza y discreción que posibilitan la sensación de facilidad al vender drogas. Estos amigos se convierten en ‘potenciales clientes’, en la medida en que, como se ha observado, estos jóvenes *dealers* niegan las categorías de negocio de este mercado, y optan concebirlo como un servicio hacia sus amistades para justificar su accionar. En un primer momento, los *dealers* perciben que su grupo de pares demanda el uso de estas sustancias, Lucía señala que para ella ser *dealer* fue una opción cuando:

L: Ehh...una opción, creo que ahí, en el momento en el que te das cuenta que te sientas a fumar hierba con tus patas, y en ese rato hay demanda, está ahí, ahí frente a ti, entonces solo tienes que tener un buen caño, y es al toque, puta yo creo que es una huevada así.

De igual manera, Felipe indica que:

F: La gente con la que paro fuma todos los días, y el que fuma todos los días siempre va a necesitar marihuana. Entonces siempre hay la demanda, la demanda nunca cae, no es como otras drogas que son casuales y no es que se saque todos los días, en cambio, con la hierba siempre hay gente que te va a pedir.

Se observa que los jóvenes *dealers* empiezan a percibir la demanda de su grupo de pares quienes se convierten en sus primeros clientes. La principal característica de esta relación es que está consolidada a través de redes de confianza, ya que tanto *dealers* como consumidores comparten similares hábitos de consumo de drogas y los mismos espacios recreacionales que aminoran las distancias sociales entre ellos, además de, en muchos casos, compartir el ambiente académico. Felipe nos narra cuál es el contenido de dicha confianza:

F: Con mis clientes sí hay confianza porque puta no es lo mismo que un huevón de tu edad universitario te compre a que te saque un huevón de por ahí, de la calle, o sea, de hecho, que te apeligras muchas, porque para empezar te puede mandar a la parca [policía], muchas, te puede cagar con la plata, te puede cagar de mil formas, son muchos factores en sí. Entonces, de hecho, que hay más confianza con un huevón de tu edad, que lo muchas, lo has visto antes, has salido a chupar con él, cosas así.

Entonces los aspectos sociales de este tipo de intercambios de drogas se caracterizan por redes de confianza que reducen la probabilidad de ser acusados por sus clientes o incluso estafados. La base de la confianza se haya en la demarcación social mencionada líneas arriba entre los “*dealers de la calle*” y los “*dealers brothers/amigo*”. Demarcación realizada en su etapa de consumidores, que se alinea perfectamente con su auto-definición de cómo ellos se ven en tanto *dealers*. Tal como vuelve a indicar Felipe:

E: ¿qué diferencias crees que hay entre un dealer como tú y uno de la calle?

F: Puta hay más confianza, eso es básico. O sea, de hecho... puta cuando un brother va a sacar se pone medio nervioso, por lo menos al principio, ya luego se te torna algo rutinario. Es la confianza.

E: ¿Confianza en qué?

F: En que puta el dealer, o sea yo, no te va a hacer la cagada, o sea que yo no lo voy a estafar. O que le pueda dar mala ganjah, o que le pueda pedir la plata y no darle su cobij, manyas. Generalmente eso es lo que pasa cuando sacas [compras] en la calle, o que puta te tiré la tomberia... porque a veces los dealers como que tiran dedo a alguien para que no los caguen a ellos, manyas. Y esas tres cosas, y obviamente para mí también es más confianza, estoy más tranquilo, porque sé que a la gente que le vendo no me van a tirar dedo.

Esta confianza se expresa en ciertas características de los compradores, “ser de su misma edad, compartir la universidad, salir a los mismos bares, verlos regularmente”. Y de auto-definirse como *dealers* no estafadores, no delatores, no violentos, amigos que buscan tener un buen trato con sus clientes. Mientras que lo riesgoso se encuentra en la “calle” en donde se perciben como vulnerables a estafas o con mayores probabilidades ser acusados y/o atrapados por la policía. También la proximidad entre consumidor y *dealer* permite generar estrategias de gestión de riesgo que influyen a que perciban que es una actividad fácil de realizar. Uno de ellas es empezar a fiarles las drogas a sus clientes, tal como indica Ricardo:

R: Puta por ahí siempre hay un par de brothers que vienen a mi jato, y normal pues, y les fio, siempre, son más misios pues (risas), siempre tengo que fiar así, y ya pues, yo no tengo ningún problema porque yo lo que quiero es eliminarlo lo más pronto posible.

Asimismo, Lucía menciona que también les fía a sus clientes:

E: ¿Y les sueles fiar?

L: Sí, sí, como mierda.

E: ¿A quiénes?

L: Ah, pero siempre a gente que veo regularmente, nunca a gente que es difícil que vea, gente siempre del mismo círculo, del círculo cercano que puta veas todo el tiempo.

E: ¿Por qué les fías?

L: Fiar porque lo que más quieres es que el producto se vaya, te llegue y te lo deshagas ya, eso es lo que más quieres, uno no quiere tener pesos, uno no quiere tener droga de más consigo.

El mecanismo de fiarles las drogas a sus clientes es posibilitado por la proximidad que existe entre ellos. A su vez, esto permite que los jóvenes *dealers* puedan deshacerse rápidamente de cantidades que lo puede poner en riesgo, ya que, en los casos de marihuana, esta huele o no tienen dónde esconderla en sus casas. Las teorías de la sociología económica que estudian los mercados ilegales (Beckert y Wehinger, 2011; Sandberg, 2012) señalan que establecer redes de confianza es un elemento primordial para el funcionamiento de los intercambios de drogas ilegales³³. Esto se debe a que estas redes de confianza permiten contextualizar los riesgos, y contribuyen a construir la percepción de que su actividad es menos riesgosa, por tanto, mucho más fácil de hacer³⁴. También es importante destacar que existen grados de confianza, tal como indica Felipe “*no puedes tener confianza con todos, no puedes acercarte a todos de la misma manera*”. En el capítulo 2 se ahondará a profundidad sobre la organización de la cartera de clientes, cuando esta se expande, qué problema aparecen, y como lidian con estos problemas.

³³Se afirma que los mercados ilegales carecen de instituciones que permitan dar la seguridad a los compradores y vendedores sobre la calidad del producto vendido y la posibilidad de ser capturados por las autoridades. Esta condición estructural de los mercados ilegales hace que se requieran de establecer redes de relativa confianza para poder mitigar esa debilidad institucional.

³⁴ Como se verá en el siguiente capítulo no solo son las redes las que contribuyen a ello, sino también los espacios en los que se desarrollan los intercambios. Estos se caracterizan por ser espacios cerrados en donde el acceso a las autoridades del control, en especial, la policía es limitado.

2.3.2. El acceso a las fuentes de suministro

De igual forma que con sus primeros clientes, los jóvenes narran que conocen a sus primeros distribuidores porque o son amigos cercanos o porque un amigo suyo se los presenta. En el caso de Ricardo y Felipe, ambos tenían amigos que vendían drogas, esto les permitió tener una experiencia previa de comercialización a través del mecanismo de “pases”³⁵. En esta experiencia, los consumidores reconocen que ellos “*tienen un amigo que vende*” y que se relacionan con esta persona, de modo que, sus compañeros les piden que les compren drogas dado que pertenecen a una red que las dispone. Asimismo, esta primera experiencia, les permite a ambos dar “*el siguiente paso*”, sin que ello signifique que sea una decisión racional del momento, sino producto de una experiencia relacional anterior (conocer a la fuente de suministro y hacer los pases). Es decir, pasan de “*tener una buena conexión a ser una buena conexión*” (Murphy, Waldor y Reinerman, 1990). Ricardo nos cuenta cómo funcionó este mecanismo:

R: A mí se me presenta la opción de empezar a dealer porque, antes de que empezara, lo que yo hacía, y por lo que no gastaba plata, era que yo era un prestamista de mi amigo. Él sabía que yo ahorraba plata, entonces me decía ‘oe brother préstame 200 mangos para sacar hierba,

³⁵ Según los entrevistados, un pase es una forma de trasladar la droga de una persona a otra: distribuidor-actor estudiado-consumidor.

te doy cuatro gramos y te las devuelvo pasado mañana'. Y así quedamos, y así fue como un año prestándole plata, y tenía hierba gratis. Hasta que un día me dijo para que yo compre una zeta [28 gramos de marihuana], y saqué para vender. Eso de prestarle plata hizo que lo otro [vender] sea mucho más llano, el cambio no fue tan montañoso, o sea no fue de un momento a otro, o sea porque empecé a prestarle plata, y la weed me llegaba sola, y así empecé a vender.

E: Y en ese momento que le prestaba plata a tu amigo, ¿qué aprendiste sobre el mercado de drogas?

R: Lo primero que aprendí que puedo obtener weed de lo más fácil. Así es la huevada, y eso fue súper fácil. [...] El instituto era chévere porque también empezó raro, porque me decían "oe tú tienes un brother que saca", porque yo le decía a la gente, sí que yo hacía lo del préstamo de plata. Yo les decía que sí obviamente, y me decían "oe ya puta, dale", manyas. Entonces yo terminaba siendo un intermediario. Eso fue también una de las cosas que hacía que no me sienta tan mal al hacer esta huevada [los intercambios]. Sobre todo ahí, eran mis brother que habían pasado cuatro ciclos conmigo enteros, con los que hacía trabajos, y era gente súper random, cada uno de un lugar diferente, y éramos amigos, salíamos también. Y así fue las primeras veces.

Al respecto, Felipe nos cuenta una historia similar:

E: ¿Y cómo así diste ese paso para vender?

F: Por eso te digo, como yo le sacaba a Milagros³⁶, y a ella yo le empecé a vender sus cobis y me regalaba un cobi diario. O sea, por decir me daba un cobi y me daba diez para vender. Entonces yo le decía "oye Milagros mira, 200 lucas y yo me quedo con este cobi" o "oye hay 150 y 50 falta cobrar, ya yo me encargo", igual ella me daba mi cobi [...] Y ya pues, más o menos como que fui aprendiendo un poco con Milagros. Pero tampoco hay mucho que aprender, o sea simplemente tienes que tener un buen caño manyas, este... en general, el secreto es tener un buen caño, manyas, ya de ahí puedes venderlo a quién sea y a quién quieras y al precio que quieras.

En ambas experiencias se observa un proceso que encamina hacia la venta de drogas. Ambos actores están inmersos en una red de consumidores de drogas en las que adquieren un conocimiento fundamental: tener un distribuidor

³⁶ Nombre cambiado.

próximo a ellos. Dicho conocimiento, les provee la oportunidad de generar una ventaja en función de su posición estratégica como intermediador (o puente) entre sus distribuidores y sus clientes (Santos, 2002). Además, en ambos casos, la proximidad a la fuente de suministro les proporciona la facilidad para realizar estos intercambios. Si bien “el secreto es tener un buen caño”, no solo la proximidad es un requisito para que los intercambios sean seguros y “fáciles de hacer”, sino también que el “caño” tenga 1) una droga de buena calidad; y 2) que la droga sea a un precio rentable (tanto para ellos como para sus clientes).

Por otra parte, hay quienes conocen a los distribuidores a través de amigos suyos que se los presentan. Así, por ejemplo, Mario narra cómo su primer distribuidor era una persona que no consideraba como un amigo cercano, pero sí de confianza porque uno de sus amigos se lo presentó:

E: ¿Y cómo conociste a tú distribuidor de ese momento?

M: Pucha fue un brother, un amigo mío me lo presentó. Al principio este amigo me sacaba a mí, yo le daba la plata y el luego la weed. Pero él no podía siempre y ya me aburría hacer todo ese trámite, y como que un día fui con él y le dije como que ‘ya preséntamelo, para no estar jodiendote’, y me lo presentó, y le dije al caño ‘oye te voy a volver a llamar ah’, y ya pues, lo volví a llamar.

Esta narración permite afirmar que los lazos que mantiene con sus conocidos les proporcionan la posibilidad de acceder a mejores fuentes de información que están más allá de otro círculo de clientes que están en la universidad. El amigo de Mario le permitió tener como conocido a un distribuidor de marihuana. Este conocido se convierte en un “lazo débil” (Granovetter, 1973) en tanto comparte menos tiempo con Mario, pero le

permite acceder a una información valiosa que conecta a su distribuidor con otros clientes quienes no acceden a la fuente de suministro. Esto muestra que, en este caso, los lazos débiles son una mejor fuente de información para empezar a vender drogas.

Dicha información contiene dos elementos importantes: asegurar la calidad de la droga y su rentabilidad. Además, las fuentes de suministro tienen que basarse en relaciones de confianza, que no necesariamente implica una amistad con el distribuidor. La confianza se traduce en mecanismos de seguridad para evitar el riesgo de ser capturados y/o estafados con el precio y la calidad de la droga. Así, Lucía nos cuenta cómo la relación con su distribuidor facilitaba el proceso de venta en sus inicios:

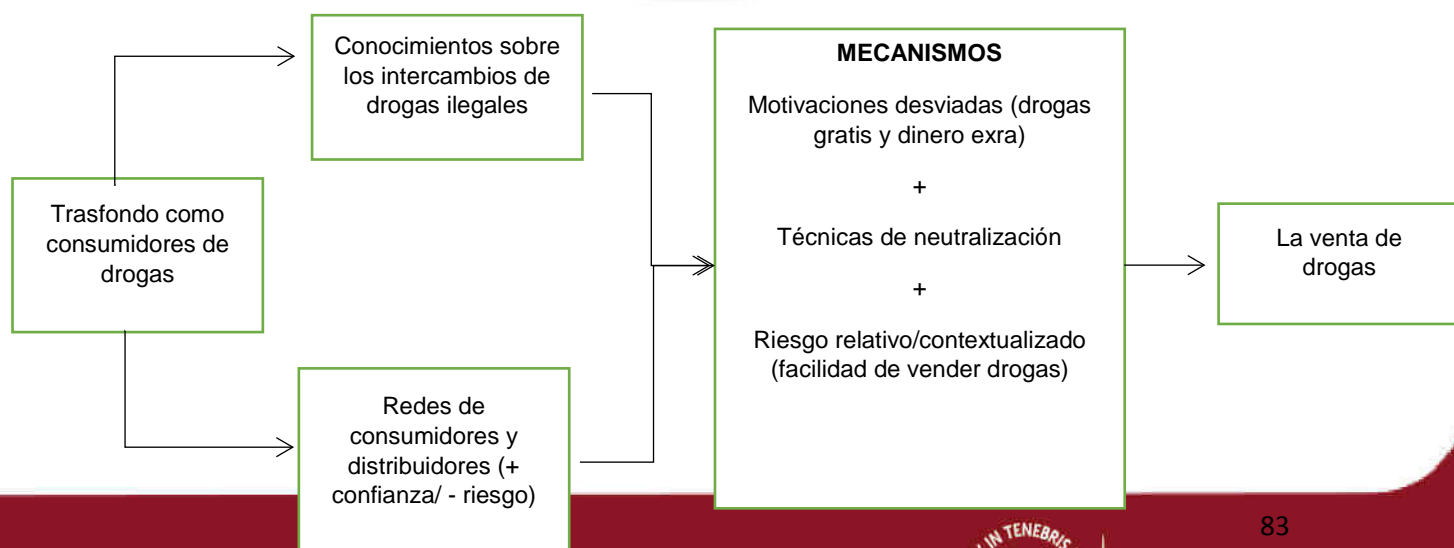
L: Y así como que pucha le comencé a sacar, poco a poco nos hicimos patas y puta también por eso se hizo bien fácil, porque las cosas con él siempre ha sido una relación de confianza desde el inicio, y era algo que pucha yo podía ir al momento por el producto y no tenía que tener el efectivo, y puta había la confianza que podía depositarle luego, y he llegado a hacerle depósitos luego, como que, de altas cantidades, y todo fresh, voy a su casa, sacó el peso, y fresh. Y de hecho eso también era una ventaja.

Se observa que la confianza que permite esta relación se traduce en estrategias que contextualizan los riesgos. Lo que permite afirmar que, el riesgo está socialmente construido a través de dichas relaciones, esto genera que las acciones de los individuos sean menos visibles para los controles policiales y, además, se genere la idea del 'riesgo relativo'. Los intercambios empiezan a realizarse en espacios protegidos sin que sea necesario hacer el pago efectivo de inmediato. También es importante destacar que el cambio de distribuidor es poco frecuente. Los entrevistados señalan que han tenido entre

uno o máximo tres distribuidores en toda su trayectoria, y que esto se debe a que los elementos mencionados (confianza, buena y rentable droga) no los induce a romper esta red. De modo que cuando estos elementos no se cumplen, se quiebran estas redes y se buscan otras que satisfagan dichos requisitos, esto será tratado en el siguiente capítulo II.

2.4. Los mecanismos del involucramiento hacia la venta de drogas

Este capítulo tuvo como objetivo indagar cómo los jóvenes estudiados pasaron de ser consumidores de drogas a ser *dealers*. La perspectiva de las carreras delictivas es un tipo de análisis que no se centra en las “causas” generalmente asociadas a la personalidad social del autor, sino a evidenciar los mecanismos sociales a través de los cuales se desarrolla la trayectoria del *dealer*. En la siguiente grafica se muestran los mecanismos desarrollados en el capítulo.



En esa medida, se observa que el trasfondo como consumidores proporciona una serie de conocimientos sobre el funcionamiento de los intercambios de drogas ilegales. Estos intercambios tienen lugar en redes sociales basadas en la confianza, la cual se expresa en compartir espacios de recreación, el consumo de las sustancias, la edad y el ambiente de los estudios superiores. En base a estas nociones y rutinas dentro del grupo de consumidores, los jóvenes desarrollan tres mecanismos que al interrelacionarse permiten que se involucren en la venta de drogas. En este punto, las redes de confianza además de permitir el desarrollo de motivos desviados y los argumentos que justifican la actividad, también generan la sensación de un 'riesgo relativo', es decir, la percepción de que vender drogas es una actividad fácil de hacer.

Entonces, las disposiciones y conocimientos como consumidores de drogas encuentran una continuación en una ocupación: ser dealer. De manera que, parafraseando a Desmond (2006: 421) la decisión de ser un *dealer* no es un salto atrevido hacia un mundo nuevo y desafiante, en lugar de eso, es un paso dentro de un territorio familiar. Los *dealers* se convierten en tales no tanto por el dinero o la aventura que supone esta actividad, sino porque gravitan 'naturalmente' en este tipo de disposiciones debido a su socialización previa como consumidores de drogas; es decir, los *dealers* conocían el mundo de los intercambios de drogas antes de convertirse en un microtraficante.

Ahora bien, ellos continúan con la trayectoria y desarrollan nuevas motivaciones y mecanismos para organizar el mercado. Asimismo, se enfrentan a nuevas dificultades, como cuando su cartera de clientes se va expandiendo y reciben llamadas de desconocidos, o cuando son detenidos por la policía y descubiertos por sus familiares. Lucía sostiene que *“creo que empecé con mucha más soltura y mucha más confianza, y que conforme avancé, me di cuenta que en verdad era algo con lo que tenía que tener más cuidado”*. Además, como se verá, en el desarrollo de la carrera, la auto-imagen positiva va perdiendo fuerza, en el sentido de que conforme avanza la carrera es más difícil manejar el estigma y vergüenza que pueden sentir por realizar esta actividad. A continuación, se desarrollarán estos procesos que permiten dar cuenta que la trayectoria delictiva no es unidimensional, sino plagada de cuestionamientos a la autoridad, planificación, contradicciones y ambigüedades a los que se enfrentan los jóvenes *dealers*.

Capítulo 3: Aprender en la práctica: el desenvolvimiento en el micro-comercio de drogas en ‘espacios protegidos’

Un día típico moviéndola es medio ajetreado, el celular suena, pierdes un culo de tiempo para otras cosas, pero ganas plata al toque. (Felipe, vendedor de marihuana).

El objetivo de este capítulo es analizar la cotidianeidad de los jóvenes *dealers*. Con ello se busca estudiar el desenvolvimiento de estos jóvenes en los intercambios de drogas, los principales problemas a los que se enfrentan, y las estrategias que utilizan para resolverlos. Como se ha ido señalando, ser un *dealer* es parte de un proceso relacional en donde se aprehenden ciertos conocimientos y disposiciones para desenvolverse en la venta de drogas a pequeña escala. Dentro de este proceso, se configura un sentido de ‘riesgo relativo’ que, en otras palabras, genera que los jóvenes creen que pueden manejarse en estos espacios sociales sin preocuparse por el riesgo de ser detenidos. Ahora bien, este sistema de creencias y disposiciones que se forjaron en un inicio de la trayectoria delictiva requiere de estrategias que lo sostengan, dado que la actividad de vender drogas se hace más complicada en la medida en que surgen mayores inconvenientes –se hacen más populares y reciben llamadas de extraños, empiezan a vender mayores cantidades de drogas, sienten que sus padres sospechan de ellos, no quieren ser reconocidos como *dealers*, entre otras--. Es por ello que dicho sistema de creencias y disposiciones requiere desarrollar estrategias que permitan que la venta se realice con facilidad y poca exposición hacia las autoridades.

Para entender estas prácticas cotidianas es necesario enfocarse en dos grandes aspectos. En el primer apartado se analizan las técnicas empleadas para vender drogas. Esto es, los tipos de relaciones que tienen los *dealers* con sus clientes; las estrategias de venta que utilizan; los espacios y tiempos que utilizan para vender; y los estilos de vida asociados a esta actividad. El segundo gran aspecto se refiere a cómo los jóvenes *dealers* reaccionan frente a la presencia de autoridades del control social (familiares, policías y autoridades de sus centros de estudios). Se observará que el desenvolvimiento de los jóvenes *dealers* se basa en una dinámica de ensayo-error (Adler y Adler, 1983); es decir, que van aprendiendo en la práctica. Este es un proceso de aprendizaje sobre las técnicas que se requieren para vender drogas

3.1. Las técnicas del micro-comercio de drogas en espacios protegidos

Las técnicas del micro-comercio de drogas se refieren a las diferentes estrategias que realizan los jóvenes *dealers* para desenvolverse en el mercado. Éstas van a configurar las dinámicas de los intercambios, situarlos en espacios y tiempos determinados³⁷, y también van a desarrollar determinados estilos de vida. Como se ha podido observar, estos micro-trafficantes están inmersos en una red de confianza que va a configurar las relaciones en el intercambio de

³⁷ A diferencia de los autores Curtis y Wendel (2000), quienes consideran que la organización de los lugares (espacios) en donde el micro-comercio tiene lugar es un aspecto diferente a la organización social (tipos de relaciones). En esta tesis se considera que la organización social del micro-comercio también involucra a la selección de los espacios y tiempos en los que se desarrolla la venta. Estas son estrategias que el *dealer* o los grupos de vendedores realizan para buscar que la venta fluya de manera poco riesgosa.

drogas. Así, la confianza conlleva a que la venta además de implicar una transacción económica, sea un momento para a compartir o dar muestras de las drogas, realizar conversaciones sobre sus actividades cotidianas o eventos que suceden en la universidad. Tal como lo ejemplifica Lucía:

L: En verdad, como la mayoría son mis amigos, cuando se puede y siempre que se puede nos quedamos a lanzar un rato, yo siempre que voy a tramitar, puta siempre tengo un dubi armado, y te sientas ahí y la lanzas pues, conversamos, nos reímos, en verdad a mí sí me gusta lanzarla un culo...a la mayoría a quien le vendo son mis amigos en verdad.

Usualmente los vendedores de marihuana suelen ofrecerles un wuiro para que sus amigos fumen con ellos. De hecho, compartir un cigarro de marihuana – o ‘lanzarle a alguien – es una actividad grupal y denota que la persona es ‘chévere’, ‘buena onda’. Asimismo, el costo y la cantidad de droga que se vende pueden variar porque los clientes son considerados amigos y/o personas que resultan atractivas para los *dealers*. Por ejemplo, en el caso de los hombres vendedores, las chicas/amigas suelen recibir un “buen trato”:

S: Por ejemplo, con las flaquitas, a mis amigas, si me gusta como que darles su cobí, lanzar un bate con ellas, hablarles, es un cague risa. De ahí, con mis brothers también hago eso, también les doy un poco más o un precio más bajo, trato de tener un buen trato con ellos.

También, como se mencionó, existe el mecanismo de fiar las drogas, lo cual se convierte en una estrategia de negocio para mantener clientes:

F: Yo les fío a los demás un cobí porque yo sé que, si les fío, al día siguiente me van a pagar, y me van a sacar otro, tal vez. Pues si me pagan ya no tienen para sacarle a otra persona, entiendes, es como un gancho.

Pero esta estrategia puede tener el riesgo de que los clientes nunca les paguen, es decir, que sean víctimas de estafas. En estas situaciones, se menciona que los vendedores de drogas tienen pocas probabilidades de acceder a reclamos mediante la policía dada la ilegalidad de su actividad. Ante ello, la literatura ha investigado que una de estas consecuencias del acceso limitado a la justicia es generar estrategias de represalias violentas (adulterar drogas, golpear a sus clientes o estafadores, robar, etc.) con el objetivo de 'hacerse respetar' (Jacques, Wright y Allen, 2014; Anderson, 2000; Bourgois, 2010). Sin embargo, a diferencia de estas estrategias, en esta red de amistad y confianza, la violencia o el conflicto es algo que se evita ya que es estigmatizada por el resto del grupo de clientes. De manera que generan esquemas no confrontacionales (Jacques y Wright, 2012; 2015), como negociar, ser comprensivos y tolerantes. Un ejemplo de esto es señalado por Ricardo:

E: ¿Y no tienes miedo que te estafen o algo así?

R: No porque son mis patas, pero me ha pasado, un brother que conocí en el instituto, se hizo mi patasa, y ahora en el último ciclo que estuvo se hizo mi causasa, y de la nada desapareció en verano pues. Nos dejamos de ver, y él no me respondía, no me respondía, no me respondía. Y de ahí me depositó, después de un tiempo, pero lo que me dio pena fue que él no me respondía, o sea, somos brothers, o sea, si me dices 'oye no tengo ni un sol, tengo problemas en mi casa, estoy cagado', normal entiendo, yo soy comprensivo, y entiendo que la gente tiene roches, pero si no me contestas el teléfono, esas son cosas que no me gustan pues.

Ahora bien, se observará que esta red también se puede expandir hacia otras personas que no son considerados amigos, pero sí reconocidos como pares. Es decir, personas que están en la misma universidad, pero cuya relación no fue necesariamente voluntaria, ya que se lo pudo presentar un amigo sin su consentimiento (Santos, 2010). En los casos estudiados, este tipo de actores son definidos como los ‘amigos de amigos’ o ‘familiares de amigos’, personas que no necesariamente conocen, pero interactúan con ellos a través del intercambio de drogas. En estos casos, las estrategias no confrontacionales también tienen lugar, dado que el conflicto está estigmatizado. Lo que se observa también es cómo los *dealers* realizan un mayor esfuerzo en buscar controlar la situación de la venta, a través de ciertas reglas del juego que les comunican a estos clientes-pares. A estos últimos, Zeta los define como “*personas que sí conocía de lejos, pero que no los consideraba como amigos, pero sí me daban confianza*”. Al respecto, Sebastián cuenta que:

E: ¿Quiénes son tus clientes?, ¿solo tus amigos?

D: No, no solo mis amigos, sino también varios amigos de amigos o familiares de mis amigos, o gente que ellos me han presentado, y que sé quiénes son, ellos ya saben cómo es; o sea yo les pongo mis condiciones desde el comienzo, o las tomas o hablamos, si me dice ya chévere, lo hacemos.

Estas condiciones se basan en borrar conversaciones de Facebook, que los guarden en su celular con su verdadero nombre y no con la etiqueta de “*dealer*”, que no publiquen cosas en su Facebook, entre otras. Además, estos clientes son atendidos con pequeñas conversaciones. Sebastián mencionaba

que “luego de darle el paco, trato de hablar, o sea siempre tengo una conversación chica, y ya luego safo”. Asimismo, Felipe sostuvo que:

F: A veces cuando es gente que no manyo mucho como que les pregunto exactamente lo mismo, cualquier cosa, "oye y qué planes hoy día" "oye dónde vas a ver el partido" "ah y ¿la gente?" O sea, es una conversación normal, pero no hay mucho más que conversar, les das el cobí y te quitas.

También se encuentran aquellos clientes que se consideran como “problemáticos” aquellos considerados como “faltosos, inoportunos, desesperados”. Muchos de los *dealers* asocian a estos clientes como el grupo de los “más chibolos”, aquellos que son, para ellos, inexperimentados, que no han sido atrapados por la policía, que no toman muchas precauciones, y que pueden llegar a “tirarles dedo”. Ricardo cuenta que:

R: Puta lo que sí tengo un brother que es bien chibolo, y yo nunca había hecho esa huevada, es bien chibolo pero yo no sabía que era chibolo. Y de la nada me enteré que era chibolo pero el huevon venía en carro manyas, no podía ser tan chibolo si viene en carro, y cuando ese man me pasó la voz para sacarle a un brother suyo "oe ya mi pata te quiere sacar", y dije "tas huevón causa", porque eso sí da palta, es un chibolo, esos si los encuentran me pueden tirar dedo pues, porque ni soy su causa, uno, y lo otro es que son chibolos pues.

Y Sebastián señala que:

E: ¿Cómo describirías a tus clientes?

S: Puta la mayoría es gente chévere, tengo un par de huevones que me llega al pincho atenderlos, pero puta plata es plata, porque uno es un desesperado de mierda que saca una zeta³⁸ cada dos semanas, y me llama cuando está por su jato, cuando está saliendo, me llama cuando se sube al micro, me llama cuando...asu y ya como que lo he cuadrado un montón de veces, y cuando llega puta me dice "oye es que lo necesito" y me arrancha el cobí (risas), la cagada.

³⁸ Zeta es 28 gramos de marihuana.

No se puede llegar a afirmar que este tipo de clientes ponen en riesgo directamente a los *dealers*, pero sí se observa que existe desde ellos una percepción sobre los peligros que implican tratar con estas personas. Además, ninguno de los *dealers* mencionó que se utilicen mecanismos de violencia física para resolver los problemas con este tipo de clientes, pero su trato cambia, los empiezan a atender rápido, sin mostrarles antes la droga que disponen, ni tampoco comparten alguna sustancia con ellos, ya que lo único que buscan es deshacerse de ellos.

En el capítulo I se observó que los distribuidores de los jóvenes *dealers* o son personas muy próximas a su círculo de amigos, o son aquellos lazos débiles que proporcionan un producto cuya rentabilidad y calidad resulta favorable para el *dealer*. En el momento en el que las ganancias monetarias se tornan una motivación central en la venta de drogas, la búsqueda de distribuidores que proporcionen estos elementos se vuelve más importante. Así, por ejemplo, Sebastián cuenta lo siguiente:

S: Como que yo había visto que la ganjah que me vendía mi caño no era en mi universidad, estaba baja la calidad. Entonces como que dije “voy a conseguir otra fuente”, y conseguí un caño de maldita³⁹, y conseguí ese caño y el producto, sabía que se podía mover ahí en la universidad. Y solito empezó a moverse, les dije a mis patas “oye cholo tengo la mera maldita, mira”, y ya pues, empezó a moverse.

De manera que es importante que la fuente de suministro proporcione la calidad indicada para la demanda social de las sustancias. Esto se debe a que la calidad de la droga que el *dealer* posee le da cierto estatus dentro de su grupo de pares, ya que si posee una buena calidad tendrá más llamadas o será

³⁹ Término utilizado para referirse a marihuana de buena calidad.

considerado como “el dealer chévere” que provee lo que sus amigos quieren, como sostuvo Ricardo: “*hay flaquitas que son fumonasas, hay gente que es fumonasa y necesita un dealer chévere*”. Asimismo, el precio de costo también es importante, tal como ejemplifica Felipe:

F: He tenido otro distribuidor que estaba con una ganjah de 300 soles, y pucha con eso era super "profit" [buena ganancia]. Por decirte yo le decía a un brother, "sale un ocho y cuesta 400 soles", ya pues un ocho a 400 es bien razonable, manyas. Y el caño me lo vendía a 300. Ganaba 100 soles en una jugada.

Asimismo, los códigos de confianza que hay con las fuentes de suministro se expresan en que ellos les fían las drogas a los *dealers*. Pero esto genera que, algunos jóvenes *dealers*, estén en constantes deudas con sus fuentes de suministro. Por ejemplo, Mario comentó que ha llegado a deberle siete mil soles a su caño, y que era porque la hierba no se vendía muy rápido. El mecanismo funciona de la siguiente manera. El distribuidor mayor le otorga cierta cantidad⁴⁰ al joven *dealer* a un precio un poco más elevado por el préstamo. Luego el *dealer* vende, recupera el dinero, y le paga al distribuidor, quien vuelve a realizar el mismo proceso. Si bien esto genera cierto estrés emocional en los jóvenes, tampoco se evidenció algún ejercicio de violencia física por parte del distribuidor hacia ellos. Por el contrario, como se ha ido indicando, los códigos culturales que guían las interacciones de estas personas ven a la violencia como una situación no deseada e innecesaria, cuando en

⁴⁰ Cuando es este proceso la cantidad suele ser entre 500 gramos a un 1 kg. de marihuana, para los casos de Mario, Felipe y Sebastián. Mientras que, en el caso de Lucía, sostuvo que su distribuidor es de confianza por lo que puede pedirle fiado cuando ella no tenga dinero, pero prefiere pagarle en efectivo. Una historia similar sucede con Ricardo, Candy Flip.

lugar, se puede acudir a la comprensión y replantear la negociación. Por ejemplo, Mario señaló que, al hablar con su distribuidor, contarle que había tenido problemas en vender la marihuana, se renegoció que esta se pagaría por partes mensuales. Este tipo de negociaciones permiten que el negocio continúe y las ganancias también se mantengan.

Ahora bien, otras de las técnicas empleadas por los *dealers* consisten en seleccionar los lugares y tiempos para llevar a cabo los intercambios. Por un lado, los lugares utilizados pueden reflejar las estrategias que tienen los *dealers* para controlar la situación del intercambio y gestionar los riesgos (Curtis y Wendel, 2000; Sandberg, 2012). Los jóvenes entrevistados mencionaron haber realizado sus intercambios en una variedad de lugares. Tal como indica Ricardo:

E: ¿Y dónde vendes?

R: En el instituto, por ejemplo, como que yo entraba a mi clase y esperaba a que todos se fueran y como que así no más [hace un gesto con la mano] como que "fua", cara de palo le daba la huevada. Y normal pues, a veces también en el baño, y ahí no era tan palta. Ahora la gente la hace en caña, o cuando los saludas, o cuando estamos en la calle, puta me siento a su costado y al toque ya te lo di, normal, no me haga paltas, tampoco me pongo muy karma.

Si bien existen diversos lugares, los entrevistados identifican aquellos espacios que consideran “más protegidos” con respecto a otros “más vulnerables”. En efecto, consideran que los primeros se encuentran dentro de las instalaciones de sus centros de estudios, en sus casas, en casas de amigos

o en los autos de sus clientes. Muchos perciben que los espacios de sus centros educativos son seguros porque existen lugares establecidos en donde las personas consumen drogas y porque se cree que las personas encargadas de vigilancia de estos lugares no representan mayores riesgos. Al respecto Lucía señala lo siguiente:

L: La mayoría de pases eran en la universidad, entonces me sentía segura de una manera por eso y eran súper caletas.

E: ¿Por qué?

L: Porque, porque eran en círculos con más gente. Como era campo abierto podías ver si es que alguien venía, una persona de seguridad de la universidad o alguien.

De igual manera, Felipe afirma lo siguiente:

E: ¿Y en qué lugares vendes?

F: En universidad más que todo.

E: ¿Por qué en la universidad?

F: O sea es más seguro, como que está más controlado, tú puedes controlar mejor el espacio y no hay gente random⁴¹, me entiendes.

De manera que los espacios (educativos) se tornan protegidos no solo por el hecho de ser ambientes privados sino también porque los *dealers* sienten que tienen un control sobre ellos. Este control implica saber quiénes ocupan el espacio (consumidores de drogas que conocen) y visibilizar alguna posible presencia de alguna autoridad. Asimismo, los *dealers* se adaptan a diferentes lugares dentro de sus espacios académicos. Por ejemplo, Sebastián cuenta

⁴¹ Gente random se refiere a personas que desconocidas tanto por los *dealers* como por los clientes.

cómo las autoridades de su universidad sabían cuáles eran “los points” en donde las personas consumían marihuana. Ante ello, empezaron a tratar de quitarles dichos espacios, sin embargo:

S: Primero era un pasto fuera de la universidad pero que le pertenecía. Ahí la gente se ponía a fumar. Era un pasto pequeño, pero se formaban grupos grandes. Al toque vendía mis cobis ahí. Yo solo llegaba y solito se movía. Luego quitaron el pasto, pusieron como que plantas y había un culo de abejas. Luego la gente fumona se pasó atrás de una pared que también tenía un pastito y también era parte la universidad. Y de nuevo le pusieron esas plantas de mierda. Entonces... como que prácticamente ya saben lo que hacen, pero no les quieren decir “oye váyanse de acá”. Pero igual es. La gente se va al estacionamiento. Ahora yo fumo ahí. Ahí hago mis pases. voy a los carros de mis amigos. Me siento, y le doy su cobi.

De modo que, el accionar para evitar los espacios de consumo y, por tanto, de intercambios de drogas, genera que los jóvenes *dealers* encuentren lugares cada vez más cerrados y protegidos para realizar sus intercambios. El desarrollo de sus actividades, identifican ciertos problemas en estos “espacios seguros”. Por ejemplo, Mario considera que quedarse mucho tiempo en “el lugar de los fumones” es riesgoso porque “mientras más gente hay, más llamas la atención”, y ante cualquier problema con algún efectivo de la seguridad interna de la universidad, considera que él es el que se vería perjudicado porque tiene cantidades ilegales de marihuana en su mochila. De igual forma, Felipe identifica el siguiente problema:

E: ¿Crees que es más seguro dentro de la universidad?

F: Sí, pero de hecho que hay mucho más que perder.

E: ¿Por qué?

F: Porque puta no solo te arrestan muchas sino también te botan de la universidad, de hecho que es roche pues.

Entre las principales estrategias para evitar este tipo de situaciones de riesgo, algunos *dealers* mencionaron que deciden no permanecer mucho tiempo en los “points” en los que los consumidores se establecen, solo llegar, vender algunos “pacos” y luego irse. Por ejemplo, Sebastián menciona que “*ya si es bastante gente acumulada en un sitio, les digo ‘oye cholo, lo siento, tengo que safar’, porque no siempre es la voz quedarse, te pueden canear*”. Además, también indican que en el tiempo que han venido realizando esta actividad, dejan de cargar con grandes cantidades de droga, para simplemente llevar pocos paquetes para vender.

Mientras tanto, los intercambios que se dan en espacios abiertos, es decir en la calle o en bares, se consideran mucho más riesgosos porque “hay más policías, hay soplones, los vecinos te pueden echar dedo”. De modo que, estos intercambios requieren de una mayor destreza en el manejo de las apariencias y usos del espacio. Para ello los jóvenes *dealers* han aprendido una serie de estrategias para que el intercambio sea fluido y sin llamar la atención. Al respecto Felipe señala que:

F: Cuando es en la calle es cuestión de tener cuidado. O sea, decirle al que te espera ‘oye espérame en el paradero’ para que así sea menos cana. Es diferente a que te espere en una esquina cualquiera, creo que eso es muy obvio. En cambio, en el paradero puede pasar que está esperando el carro. Puta también solo llevas lo que le vas a entregar muchas, no llevas mochilas. Para qué vas a llevar mochila, si puedes llevar el cobí en tu bolsillo, me entiendes. Y si es bastante cantidad, llevas otra casaca, y lo llevas envuelto en la casaca. Nadie va a sospechar porque estas llevando una casaca en la mano.

Además, los intercambios que son fuera del ambiente académico también son espacios privados ya que tienen lugar en las casas y/o autos de los *dealers* o de sus amigos. A partir de ello se observa que los espacios físicos también son importantes para el desarrollo de la carrera delictiva, puesto que dentro de ellos se construyen una serie de códigos de comportamiento que se comparten con los grupos de consumidores de drogas que también ocupan estos lugares. En este caso, el principal código es “pasar desapercibido” y hacer el intercambio lo más rápido y seguro que se pueda. Sin embargo, en ninguno de estos lugares tienen la garantía de no ser descubiertos, esto solo se logra cuando los lugares son estrictamente privados, es decir, sus casas o la de sus clientes-amigos⁴².

Un segundo elemento importante en las técnicas de organización de los intercambios es el manejo del tiempo. Los jóvenes *dealers* tienen que organizar la ocupación de vender drogas junto con sus otras actividades (estudiar, prácticas profesionales, etc.). El patrón común en este tipo de intercambios es que no hay un horario fijo para la venta de drogas. Mario describe cómo maneja su tiempo para vender drogas:

E: ¿Y ahora cuánto tiempo le dedicas a esto?

M: Puta en sí casi todo el día, yo vengo a la universidad de lunes a viernes, y me quedó acá casi todo el día. Si me llaman chévere, sino me pongo a hacer mis cosas. O sea, de hecho podría hacer más plata si voy a los lugares en donde fuman, pero ahí es perder todo el día también, y

⁴² Chambliss (1973), en su artículo “The Saints and the Roughneck”, evidencia cómo un grupo de jóvenes privilegiados realiza las mismas actividades desviadas que otro grupo de jóvenes, pero no reciben el mismo castigo que estos últimos. Principalmente porque los primeros realizan sus actos desviados en lugares menos visibles para las autoridades de control (como sus casas o autos), mientras que el otro grupo las realiza en las calles, en donde se exponen a la acusación de vecinos.

ya no estoy para esas, tengo que leer, tengo controles, entonces solo espero que me llamen. Pero hay días en los que no paran de llamar, llaman, y tengo que estar ahí.

Los jóvenes *dealers* mencionaron que vender drogas no ocupa toda su disponibilidad de tiempo en sus actividades cotidianas; sin embargo, se observa que sí genera ciertas interrupciones en sus actividades académicas⁴³. Por ejemplo, Felipe cuenta cómo tuvo que decidir ir a comprar marihuana a su distribuidor en lugar de hacer un examen:

F: Te voy a poner un ejemplo...Un día tenía que entregar el primer control de un curso. Supuestamente el lunes había quedado para sacar y se atrasó muchas. El distribuidor me dijo que el martes tenía que estar temprano, sino iba a esa hora recién sería el trámite en la noche del martes. Pero ya tenía gente que me había pedido pesos y cobis, me estaban esperando en la universidad. Entonces tuve que poner una cosa en más importancia que la otra y... este, fui a sacar, me llegó el control. Como que en el fondo dije que "luego se lo mando". Ya en la mañana me levanté temprano, me fui a sacar, luego caí donde un amigo a darle su parte, y de ahí copsie [empaquetar] un poco en la casa de mi pata. Luego caí a la universidad, luego fui a mi jato a dejar todo el peso. Salí de mi casa, fui a la universidad, y vendí 20 cobis.

Evidentemente estos 20 cobis más los pesos que vendió significan un ingreso en efectivo para Felipe. Ese dinero junto con el haber programado una fecha con sus clientes y el temor a que se le “vayan” dichos clientes influyeron a que Felipe decida sacar el peso en lugar de hacer un examen. Pero también hay situaciones en las que los *dealers* tienen que hacer sus exámenes o trabajos y prefieren no salir a vender marihuana. De hecho, esto es lo

⁴³ No se pudo acceder a la información exacta sobre si ello afecta su rendimiento académico. Lo importante es mencionar situaciones en las que han tenido que dejar de asistir a una actividad por cumplir el rol de dealer (o el de estudiante).

recurrente en las entrevistas mencionadas. Estos jóvenes no se 'desesperan' por vender las drogas porque no es su principal fuente de subsistencia.

Sebastián cuenta lo siguiente:

S: Ayer por ejemplo que tenía que hacer un trabajo de la universidad que se entrega hasta una hora en la noche, si tuve que cancelar a toda una gente porque el título es algo con lo que debo de cumplir pues, es un deber y esto no diría que es un placer, pero puede esperar, o sea le puedo decir "oye espera a tal hora" y fresh, algunos no se esperan y me dicen ya "hablamos", y ya que chucha, que chucha, a nada.

Estos relatos permiten entender que las actividades criminales para los jóvenes implican el desarrollo de estrategias que respondan tanto a sus actividades 'convencionales' como a la venta de drogas. En ello, el manejo de los tiempos y lugares es fundamental para alternarse entre estos dos espacios sociales. Ahora bien, esta alternancia entre lo convencional y lo delictivo genera conflictos para los *dealers* a nivel interpersonal, principalmente sobre cómo manejar su imagen que proyectan hacia otras personas que no están involucradas en el consumo y venta de drogas, principalmente con sus profesores o familiares, o con sus enamorados (as). Por ejemplo, Ricardo cuenta cómo entrar y salir de su casa varias veces puede exponerlo ante sus familiares:

R: A veces es medio palta en verdad, porque hay veces que tengo que hacerlo como que bastantes veces en un día, y son bastantes entradas y salidas, y ese tipo de cosas que son medias raras en mi casa, y eso sería lo más palta. A veces trato de tener cuidado con eso porque es medio raro, porque a veces solo salgo a la puerta de mi casa, es medio denso, mi vieja me puede alucinar.

Mientras que Felipe cuenta una anécdota sobre cómo tuvo que alternar entre el rol de alumno y de *dealer*:

F: Mira te pongo un ejemplo, el viernes estaba en clase, yo me quedé con el profesor y con los demás alumnos, yo quería decirle que me considere una nota, pero no me lo iba a decir frente a los demás. Para esto un brother [cliente] me iba a pagar 30 lucas y quería que le de otro cobí de 30. Y el profesor me preguntó "oye vas a ir con nosotros a chupar", porque todos iban a ir a chupar, era la última clase del ciclo, yo le dije "ah no sé", y me dijo "si vas, vamos y conversamos por ahí pues". Entonces se dificultó darle el cobí a este brother. Entonces hice una jugada...caminamos con el grupo y les dije "oye me olvidé unos libros, les doy el alcance"...y fui a darle el cobí a mi brother... O sea tienes que dar bastantes excusas manyas, me entiendes, o sea no puedes decir simplemente... tienes que como doble vida, o sea al menos para mucha gente tengo doble vida. No le puedes decir, no, no, no se puede, manyas. Así la persona fume, no le voy a decir que soy dealer

En esa medida, se observa que invertir el tiempo en ambos ambientes genera pequeños conflictos interpersonales que se gestionan a través de “una doble vida”. Es decir, tienen que generar estrategias para ocultarse o pasar desapercibidos mientras se dedican a vender drogas. Una de estas vidas está ‘estigmatizada’ por el ambiente fuera de las drogas. Este último más ligado al ámbito ‘académico/profesional’ y familiar. Los *dealers* manifiestan que buscan evitar el estigma de ser reconocidos como tales por este tipo de actores, sobre todo cuando se trata de ‘gente de su facultad’. Para evitar ello, los jóvenes intentan controlar la imagen que proyectan hacia los demás, evitando declarar que son *dealers*, o mencionándoles a los demás que no difundan esa información sin criterio alguno o frente a profesores o demás estudiantes. Evitar esta sensación se debe a que, los *dealers* interpretan que la visión de aquellos

otros – ‘los convencionales’ – tienen sobre ellos es que los consideran como vagos, irresponsables, poco inteligentes, y no aptos para el mundo académico-universitario. Es esta imagen la que se quiere evitar proyectar, y ello se hace 1) reduciendo sus redes de amistad al grupo de consumidores y 2) realizando mayores esfuerzos para obtener buenos resultados en el ámbito académico y laboral. Sin embargo, como se verá en el apartado sobre el control social, ser reconocido como ‘dealers’ generará que se pregunten sobre sus proyectos de vida.

Pero, por el momento, estos jóvenes encuentran que ‘ser dealer’ es una manera fácil de obtener dinero. A lo largo del texto, se ha podido observar que esta facilidad se construye tanto por la estructura de redes de confianza como por los lugares controlados en donde se llevan a cabo los intercambios. Si bien, hay tensiones con respecto a proyectar una imagen como delincuentes, existe otro ambiente que reafirma que ser *dealer* es algo aceptable y una vía para solventar sus estilos de vida. Asimismo, los jóvenes empiezan a comparar la venta de drogas con otras experiencias laborales que han tenido, principalmente con sueldos mínimos, horarios de 6 a 8 horas, dentro de oficinas, y con jerarquías establecidas. En dicha comparación, encuentran que vender drogas es una manera de tener un buen ingreso para solventar su estilo de vida de ‘juerga’ y entretenimiento:

E: ¿Cómo decidiste seguir vendiendo?

L: Porque estaba haciendo un buen ingreso, de pasar solamente a ser tu hierba gratis pasaba a hacer otro sueldo, realmente puede equivaler a

otro sueldo entero de chamba. O sea, yo hacía sus 1200 al mes a más. De hecho hasta hace poco, más o menos ganaba vendiendo lo mismo que en mi chamba [formal], entonces era como tener dos sueldos.

Una historia similar es narrada por Ricardo:

E: ¿Y cómo decidiste seguir dealeando?

R: Ya en un momento era como que cada dos semanas que estaba positivo, y a más gente empecé a conocer, me di cuenta que podía vender más, como que más cantidad, porque antes no quería ganar plata, no era lo mío, yo quería fumar gratis, que fue por lo que empecé... Pero luego, cuando dejé chambear, y lo único que tenía era delear, puta, que me metí con zapato y todo, porque no tenía plata, o sea mis viejos sí me daban plata, si me daban, pero yo obviamente quiero tirarme la plata en juergas, en ese momento juergueaba un culo.

El hecho que estos jóvenes puedan 'librarse' de responsabilidades como trabajar o aportar económicamente en sus hogares, se debe a que los jóvenes de clases medias y altas están mejor posicionados socialmente para disfrutar de su etapa moratoria (Santos, 2002: 69). Esto es, según Santos, un periodo en donde la irresponsabilidad es legítima para ciertos jóvenes, mientras se preparan para la vida adulta dentro de instituciones educativas. En efecto, los jóvenes entrevistados se encuentran en dicho periodo, en el cual se les permite salir a divertirse, irse de fiestas (juergas) tres veces por semana, irse de viaje con sus amigos, entre otras diversiones. Parte importante de su vida es consumir estas experiencias y ello es posible tanto por el financiamiento económico de sus padres, como por los ingresos que reciben de la venta de drogas. Tal como menciona Zeta, estos nuevos ingresos generan que sus

hábitos de consumo se incrementen y, hasta incluso, sin estar obligados, aporten en sus gastos académicos:

Z: De hecho mi nivel de vida se ha elevado, puedo ayudar a mi vieja a pagar la universidad, también ahora si yo quiero puedo ir al cine, y pagar mis 25 soles de entrada, comer mi canchita, gaseosa, luego ir a comer, no tengo problemas con eso, si me provoca ir a cualquier lugar voy, y no pasa nada. Además, también ahorro, y cada verano de todas maneras me meto un viaje, a donde sea, he ido a varios lugares, sin mayor inconveniente.

La ganancia en promedio de cada uno de los actores varía en función a la cantidad de droga que han vendido y al tiempo que se demoraron en vender, por eso, para ellos es difícil saber cuánto ganaran. Sin embargo, se pudo consultar sobre un ingreso promedio por la venta de drogas que se mostrará en el siguiente recuadro:

Tabla 2. Ingreso promedio al mes en la venta de drogas

Nombre	Ingreso Promedio al mes
Mario	S/. 2000
Felipe	S/. 2500 – S/. 3000
Lucía	S/. 10000
Ricardo	S/. 500 – S/. 1000
Zeta	S/. 2000 – S/. 3000
Sebastián	S/. 3000
Candy Flip	S/. 1000 - 1500

Los vendedores más frecuentes de marihuana son Mario, Felipe, Lucía, Ricardo y Sebastián. Lo que ellos hacen es sacar grandes cantidades de hierba que van desde 62.5 gramos hasta 1 kg. para luego venderla en pequeñas cantidades, paquetes de 3.5 gramos o 4 gramos a 20 o 30 soles cada uno. Y

en caso alguien le pida “pesos” también puede realizar esa venta, sin tener muchas ganancias. Mario pone un ejemplo sobre cómo se manejan los precios:

M: De un 16 [62.5 gramos] trataba que salgan 20 cobis, como para hacer 20 cobis por 20 soles cada uno es igual a 400 soles. Y a mí el 16 me puede costar entre 150 o 200 lucas, entonces con ese 16 gano 200, y se vende al toque, hasta en un día puede ser, y bravazo pues. También me piden un 16 lo puedo vender a 300 soles o 400 igual compran.

Ahora bien, los actores le otorgan un uso y significado específico al dinero (Zelizer, 2011). En este caso, al tratarse de un ‘mercado ilegal’, los *dealers* perciben que este dinero ‘es fácil’ y poco legítimo frente a un dinero que se obtiene legalmente en un trabajo formal. Al definir este dinero como ilegítimo para otras esferas sociales, su uso se restringe principalmente a bienes de consumo ilegales (más drogas) y a experiencias vivenciales, como fiestas y turismo. En el siguiente apartado, se observará cómo el hecho de comprarse ropa o artefactos electrónicos les genera conflictos con sus padres. Lo que interesa ahora, es que estos jóvenes empiezan a cuestionarse sobre la legitimidad de su ocupación de *dealer*, ya que no es posible de ser reconocido como tal en otros ámbitos de su vida, sobre todo en sus inicios en la vida profesional. Precisamente, en la siguiente narración, se observa que, a diferencia de otros mercados ilegales de drogas, en donde el dinero es un elemento de orgullo y respeto, para estos jóvenes sucede lo contrario: el dinero de la venta de drogas es percibido como poco legítimo dado que no es la manera en que estos jóvenes quieren ganarse la vida. Tal como lo señala Ricardo:

R: No es lo mismo que juerguearte con plata de tu chamba o salir comer con tu plata de tu chamba, que con la plata de la weed.

E: ¿Por qué no es lo mismo?

R: No porque se sienta mal sino porque siento que no estoy orgulloso de ganarla tampoco, me parece de puta madre ganarla. Pero en cambio lo otro es "oye mira estoy sacándome la mierda con mi plata, qué me vas a decir tú", manyas, a cualquier huevón le puedes decir eso "yo chambeo", pero no a cualquier huevón le puedes decir "sí lo que pasa es que vendo grifa y me gano 150 soles a la semana", una cosa así. No le puedes decir a cualquiera eso. Es algo que simplemente sucede, lo de la plata y lo de la weed, no es como trabajar que sí te puedes jactar de eso, yo no me puedo jactar de la vender hierba.

3.2. Las reacciones de los *dealers* frente a las autoridades sociales

Parte importante de la trayectoria delictiva es haber experimentado un etiquetamiento como 'delincuente' por parte de alguna autoridad formal (Becker, 1971) – en este caso, sus padres de familia, la policía y la seguridad de sus centros de estudios. Este etiquetamiento provoca que los jóvenes *dealers* reconfiguren la imagen de sí mismos que a lo largo de su trayectoria han construido. El gran problema al que se enfrentan es que dicha etiqueta se extienda a sus otras facetas de vida. Es decir, que, antes de ser vistos por otros como estudiantes de derecho, sean vistos como vendedores de drogas. Para evitar que su 'estatus principal' sea el ser desviado, los jóvenes desarrollan estrategias para evitar ser descubiertos y, en todo caso, minimizar la relevancia haber sido etiquetado como delincuente. A continuación,

analizaremos este proceso, en primer lugar, con sus padres de familia; para luego tratar el tema de la policía y la seguridad de la universidad.

3.2.1. Ocultarme de mis padres

A pesar de que estos jóvenes definen a la venta de drogas como una actividad en donde 'no hacen daño a nadie' y que no sería precisamente un crimen, son conscientes que si sus padres se enterarían de su negocio entrarían en serios problemas. Estos jóvenes tratan con respeto a sus padres, los aprecian y reconocen que ellos hacen un gran esfuerzo en asegurarles una educación superior en las universidades más importantes del país. De hecho, reconocen que no quieren defraudarlos y que por ello quieren seguir estudiando, lograr ser profesionales y adherirse al mundo laboral adulto. Sin embargo, estos sentimientos hacia sus padres no son suficientes para que inhiban su actividad en la venta de drogas. Esto se debe a que los jóvenes ponen mayor énfasis en los códigos culturales en la venta de drogas, y

consideran que este ambiente no los perjudicaría para alcanzar los objetivos que tanto sus padres como ellos desean: ser profesionales.

Lo que sí ha sucedido en todos los casos es que sus padres se han enterado que consumen drogas ilegales. Esto ha generado momentos de discusión, en donde los jóvenes tienden a justificar su consumo como 'momentos de relajación' en contraposición a lo que sus padres creen que es una 'drogadicción'. Pese a estas discusiones, las sanciones de sus padres que han descrito solo se basaron principalmente en botarle las drogas, darles menos propinas, intentar restringir sus tiempos de salida y exigirles el registro de sus notas. Estas sanciones se quedan en el ambiente del hogar, dado que los jóvenes creen que sus padres no estarían orgullosos que otros familiares y/o vecinos se enteraran que sus hijos consumen drogas. Esto muestra que el control parental es leve y, en caso se evidencia algún indicio de consumo de drogas, se prefiere la comunicación que la sanción violenta o acusarlos con la policía. Estos jóvenes consideran que han sabido hacer 'respetar su espacio' dentro de su hogar. En efecto, estos jóvenes disponen de cuartos individuales en donde pueden tener guardadas sus cosas y esconder su actividad de sus padres. En los siguientes testimonios se da cuenta de cómo estos jóvenes *dealers* han constituido un espacio privado dentro de su hogar:

E: ¿A qué problemas te enfrentas a diario?

S: Puta, a mi vieja, a que mi vieja se dé cuenta. Antes era más ese miedo porque cuando recién empecé mi cuarto no tenía llave. Entonces como en mi jato están acostumbrados a no tocar la puerta y entrar, varias veces me han chapado cachando o fumando hierba o cosas así. Y lo primero que hice fue ponerle llave a mi cuarto, y ahora los he obligado a que toquen mi puerta.

Se observa cómo Sebastián reacciona ante los posibles descubrimientos de sus padres. Él optó por ponerles un límite en tanto su cuarto permanece cerrado y, para él, sus padres deben respetar ese espacio. De la misma manera, Ricardo mencionó que dentro de su hogar le es fácil guardar la hierba porque “*mis papás han sabido respetar mi espacio*”. Esto es, su cuarto individual en donde oculta la marihuana que vende, debajo de su cama dentro de una mochila antigua. Igualmente, en los otros casos, los jóvenes pueden esconder la droga que venden dentro de diversos frascos que ubican en distintas partes de sus dormitorios. Ello demuestra que la disponibilidad de un ambiente les posibilita evitar encuentros desagradables con sus padres.

Ahora bien, una gran dificultad se presenta al momento de realizar las ventas, ya sea por coordinaciones telefónicas o por salidas de sus hogares. Estas llamadas en donde los jóvenes se paran de la mesa o esas salidas breves de su hogar, empiezan a generar sospechas de sus padres. Como estrategia, ellos tienden a minimizar dichas sospechas, buscan tener un perfil bajo, y evidenciarles que no están vendiendo drogas. Ricardo narra una historia de cómo minimizo las sospechas de su mamá:

R: Una vez mi vieja me despertó y me dijo ‘oye estás vendiendo marihuana’, así, deferente. Y yo le dije ‘qué te pasa, ma’. Y me dice ‘mira tu celular’. Y veo así, y mi brother me decía ‘habla quiero un paco de 30 soles’, así decía huevón. Y yo dije ‘booo mierda’. Pero le dije a mi vieja al toque ‘no, ese huevón quiere, no es que yo tenga, me está preguntando quién tiene, esa es la conversación’. Puta como que la pensó y me dijo ‘ah ya, sí, tiene sentido’. Y ahí murió esa charla, un inoportuno y piña mi brother. Ya luego, en algún momento me ha dicho también como que ‘esa llamada que has tenido, te paras de la mesa, te

vas, hablas, de la nada sales, regresas'. Muchas, canasa. Me dice 'yo no sé si a ti te están dando o tú estás dando', muchas. Pero puta yo al toque la bajo, le dijo 'oye vieja no hables huevadas, por qué pensarías eso, tantas cosas que pueden ser'. Y le manejo toda una historia, de que mi brother quiere algo, cualquier cosa. Y ahora le mando fotos de dónde estoy, para que vea que no estoy en nada, o sea hueveando o fumando por ahí. Y así, me voy a mis clases de música y en mis clases le vendo a un brother, pero le mando fotos a mi mamá que estoy en mi clase así, y no sospecha.

En esta cita, se observa cómo Ricardo busca manejar la imagen que su mamá tiene de él: él se presenta no como un vago o fumón, sino como un joven que hace diversas actividades y se las evidencia. Ello genera que la imagen de su madre se enfoque más en las actividades de su hijo que en sus sospechas de que si vende drogas o no. También se observa que los jóvenes dealers a pesar de tener un espacio de privacidad en el celular, no pueden hablar abiertamente sobre su negocio delante de sus padres. Por lo que prefieren evitar esas llamadas, ya que 'pararse de la mesa' puede ser un indicio de sospecha.

Otra de las dificultades que presentan frente a sus padres es el tema de los gastos del dinero. Como se ha observado, estos jóvenes empiezan a tener dinero en efectivo que utilizan para diferentes bienes y experiencias de consumo. Sin embargo, el hecho de empezar a llevar ropa nueva y de marca a sus casas, o laptops, play station o nuevos celulares, sería un indicio de sospecha, ya que 1) muchos no trabajan y 2) si lo hicieran no ganarían lo suficiente para cubrir esos gastos:

S: Tengo que conseguir una chamba para empezar ya a lavar billete en cuanto a mi hogar, porque como tengo esta plata, pero no puedo llegar de la nada con un culo de ropa, con un culo de cosas, porque mi vieja me va alucinar, me va a decir ¿de dónde concha está sacando plata este

huevoón'. Yo podría poner billete para la casa, y tengo que poner ese billete de la weed, pero no lo puedo poner porque no lo puedo sustentar, o sea mis viejos son la SUNAT para mí (risas).

La expresión 'mis viejos son la SUNAT para mí' expresa que, si los jóvenes empiezan a tener ingresos no justificados por un trabajo laboral formal, sus padres empezarían a sospechar de la fuente de su dinero. Entonces ¿cómo hacen para no levantar sospechas? Una alternativa, como menciona Sebastián es conseguir un trabajo para lavar el dinero. Los jóvenes *deales* también mencionaron que el hecho de tener esta dificultad influye en que la mayoría de sus gastos sean en bienes que se consumen de inmediato, principalmente drogas (marihuana, LSD, hongos, éxtasis, cocaína, cerveza, cigarros), cerveza y fiestas. Este dinero lo pueden gastar sin levantar la sospecha de sus padres. Pero hay otros casos en los que se han comprado laptops, celulares y hasta play station de última generación. Por ejemplo, en una conversación con Felipe, se le preguntó ¿cuántas cosas se ha comprado desde que fue dealer? Él mencionó que un sinfín de cosas, desde una bicicleta de 1000 soles hasta un televisor de 60' pulgadas. Inmediatamente, se le pregunta ¿y qué te dicen tus padres? Y él manifestó que cada vez que quiere comprarse algo, tiene todo planeado: lo que hace es vender sus artefactos antiguos para crear la 'tapa' de que obtuvo dinero a través de esa venta y lo complementó de sus propinas ahorradas. Si bien vende sus artefactos antiguos, el dinero complementario en realidad proviene de la venta de drogas, pero la justificación que le da a sus padres evita que aquellos se cuestionen sobre la procedencia del dinero. En líneas generales, estas son las principales dificultades a las que se enfrentan

estos jóvenes y sus estrategias para resolverlas: principalmente se basa en controlar la imagen que sus padres proyectan de ellos, ocultarse en sus espacios privados (habitaciones), y evitar hacer gatos sospechosos.

3.2.2. La policía y la seguridad universitaria

A diferencia de otros mercados ilegales en zonas urbanas marginales, en donde la policía está presente en la vida diaria de estos los residentes (Desmond y Rodriguez, 2006; Goffman, 2009); en los siete casos entrevistados, la presencia policial es algo excepcional. En efecto, la literatura señala que las personas de clases socio-económicas más privilegiadas tienden a tener menos probabilidades de ser arrestados en comparación con personas de escasos recursos económicos (Mohamed y Fritsvold, 2012). Los siete *dealers* se encontrarían dentro de aquellos jóvenes que tienden a tener pocas experiencias de detenciones policiales. Sin embargo, la presencia del poder policial está latente en la vida cotidiana de estos jóvenes y se manifiesta en sus preocupaciones, en estrategias para evitar ser descubiertos, y en la forma en que procesan la posible presencia de la policía. A continuación, se presenta una nota de campo que ejemplifica este tipo de situaciones:

Cuando están en la calle, vender se torna más riesgoso. Se sienten más expuestos, pese a que conocen las calles, y que entramos en el carro de su amigo-cliente, se siente un nerviosismo. Subimos al carro, el adelante, yo atrás. Saludo a su amigo, él amigo le preguntó ‘¿qué tal?’ y Mario respondió que todo

bien, que estaba en cinco cursos de derecho y tenía mucho por leer. El amigo mientras manejaba le dice – en broma – “estás jodido, dale con todo no más”. Mario ríe y asiente, abre su mochila, y le pregunta “quieres de 50 ¿no?” El amigo asiente, y le dice que en su billetera hay un billete de 50, que lo saque de la guantera. Mario saca el billete, le dice “sabes mi bro, bien servido”. El amigo ríe, y le dice que espera verlo pronto, quizás para tomar unas cervezas. Mario ríe y le dice que sí, que le pase la voz. Luego, le comenta que tiene que ir a su clase – en realidad teníamos una entrevista pactada–. Bajamos del carro, nos despedimos. Mientras caminábamos hacia algún lugar, Mario me dijo “*puta qué cana mi bro, me palteo*”. Le dije “¿pero si estábamos en el carro?”, y me dijo, “*Sí, pero igual es cana, en la calle un tomo te puede ver, que sé, mil cosas.*” (Nota de campo 05/09/2015).

Pese a que este intercambio se dio en ciertas condiciones controladas – un auto privado y un amigo de confianza – Mario menciona que en la calle la preocupación siempre está latente. Esta sensación aumenta cuando se enteran que otros *dealers* conocidos suyos son detenidos. Durante el trabajo de campo, esto sucedió con un amigo de Mario, quien también era *dealer*. Cuando nos pusimos a hablar del tema, pude observar que se veía consternado por la situación, estaba preocupado y asustado porque, como dijo, “*pude ser yo*”. Felipe también conocía a esta persona, y también evidenciaba una preocupación de sentir que ‘la situación está cana’. Es decir, percibía que había más vigilancia dentro de la universidad y que las autoridades de ésta están en coordinación con la policía. Sin embargo, este temor se relativiza porque no asociaron la detención de su conocido con la efectividad de la policial o de las

autoridades de la universidad, sino porque él no fue lo suficientemente cuidadoso. De manera que, un buen *dealer* no es aquel se expone abiertamente y desafía la posibilidad de ‘caer’, sino aquel que guarda un perfil bajo y es cuidadoso:

F: Puta, me acuerdo que me dijeron que habían chapado a un brother de la universidad, que también sacaba. Y este...puta de hecho eso da miedo.

E: ¿Y cómo manejabas ese miedo

F: Simplemente era perfil bajo y tener cuidado, uno siempre tiene que ser cuidadoso. En ese tiempo también mi clientela era más amplia. Entonces como que me dio miedo. Y puta, ahora como que ya he reducido bastante, y solo le vendo a gente que conozco bien, de eso se trata.

Los temores que sienten frente a la posibilidad de ser detenidos genera que desplieguen una serie de estrategias de cuidado, tales como venderles solo a sus amigos. Sin embargo, dichas estrategias no siempre están presentes en la vida diaria de estos jóvenes, debido, en parte, a que no se perciben como el blanco de la policía. En este contexto, las detenciones son interpretadas como una negligencia suya, más no como parte de la efectividad policial⁴⁴. En el siguiente testimonio, Felipe cuenta como fue descubierto por las autoridades de su universidad, lo que luego derivó en una denuncia policial:

F: La vez que me canearon fue un error mío. Yo estaba copseando [empaquetando] en el baño de la universidad. De lo más tranquilo. Y una amiga me dijo para ir a fumar. Y que vaya a copsear a otro sitio. Que ella me iba a ayudar. Y puta. Fuimos a un lugar, medio alejado, pero caímos. Fue un error, caímos por un error. Porque yo siempre copseo en el baño o en mi jato. Nunca en un lugar abierto donde sé que puede llegar

⁴⁴ Afirmaciones similares en Langer (1977: 382); Jacques y Wright (2015).

alguien. Pero igual es mi error por haber aceptado ir. Pero se aprende pues, de los errores y ahora soy más cuidadoso.

Para Felipe ser detenido es algo que sucede cuando no se tiene el cuidado adecuado. Es decir, se anda con muchas cantidades de droga y se hacen los paquetes en el campus de la universidad, al aire libre. Luego de ser descubierto por dos agentes de la seguridad interna de la universidad, mencionó que lo llevaron a una oficina para pesar la cantidad de droga que tenía. Le dijeron que solo habría una sanción administrativa – lo cual era una de los peores temores de Felipe: ver perjudicada su condición de alumno. Se fue con esa angustia a su casa, y en el transcurso de la semana no le llegó algún comunicado de la universidad. Por el contrario, fue un policía a su casa a manifestarle que tenía una denuncia por tráfico ilícito de drogas, que su citación ante la fiscalía era en tal fecha. Lo curioso, menciona él, es que no lo detuvieron; el policía le dijo “llámame para hablar”. En base a su trayectoria, él interpreto este mensaje como un aviso que el policía estaba dispuesto a negociar un trato para que se librara de ese problema. De ahí que Felipe sostuviera que “sabía que no iba a irme preso nunca”. El énfasis en la palabra nunca se debe a que sabía que podía pagar una coima por su libertad⁴⁵. Estos jóvenes *dealers* tienen la idea arraigada de que existen efectivos policiales a

⁴⁵ Este es un fenómeno que sucede con las instituciones estatales peruanas: la micro-corrupción. Para Mujica y Zevallos (2016), la pequeña corrupción es un abuso del poder político que involucra bajas cantidades de dinero “a cambio de favores, está localmente situada en puntos específicos del gobierno, y se asocia a la parte inferior de la burocracia” (Mujica y Zevallos, 2016: 7). Según los autores, la diferencia entre la ‘gran corrupción’ y la pequeña no reside necesariamente en el monto del dinero, sino en los actores involucrados. Así, en la gran corrupción se involucran actores centrales en la toma de decisiones políticas, mientras que la pequeña suele estar involucrado el personal administrativo y funcionarios de bajo y mediano rango. En este caso se observa micro-corrupción por parte de efectivos policiales y fiscales.

los cuales se les puede corromper y que ello también es posible de hacer con fiscales. Esto demuestra que cuando se tiene el dinero necesario para pagar estos montos es posible librarse de las sanciones penales.

Esta experiencia generó toda una serie de consecuencias en las actividades delictivas de Felipe. La primera de ellas fue lidiar con las interrogaciones de su madre. Si bien ella lo apoyó en un primer momento, dándole parte del monto a pagar, también empezó a controlarlo más, a rebuscar sus pertenencias personales, y no dándole dinero. La reacción de Felipe fue dejar de vender marihuana por tres meses, y le dijo a su mamá una mentira: que él no estaba vendiendo, sino que le guardaba la hierba a su amigo. Mencionó que luego de decirle eso, su madre no le hizo mayores preguntas, dado que lo que más importaba era tener la aprobación del Fiscal para que no le quede ningún antecedente penal. Luego de terminado el trámite, Felipe suspendió su venta y evitó tratar el tema con su madre. Entre los dos guardaron el secreto, sin que su padre se enterase del problema. Mientras que con la universidad nunca se llegó a aplicar su sanción administrativa. Luego de estos tres meses volvió a vender, pero sus estrategias cambiaron: dejó de guardar su hierba en su casa, y la guardaba en casas de diferentes amigos. Dejó de llevar grandes cantidades de marihuana consigo. Dejó de empaquetar en la universidad, o si lo hacía lo hacía en los baños o autos. Dejó de venderle a los “amigos de amigos”, y solo les vende a quienes más conoce y tiene confianza. Todas estas estrategias del cuidado refuerzan la idea que afirma que ‘un buen *dealer* es aquel que tiene más cuidado’.

Ahora bien, la experiencia de Felipe no fue propiamente una detención, nunca estuvo preso, ni esposado, ni tampoco estigmatizado por los efectivos policiales. En cambio, Mario sí experimentó ese proceso. Era 10 de octubre del 2014, Mario recibió la llamada de un amigo suyo para que le venda un paquete de marihuana. Era temprano, como las 7.30 am, cuando Mario llevaba 300 gramos de marihuana en su mochila. Entregó este cobi al amigo que vive por su casa, y luego tomó una combi para irse de frente a la universidad. Al momento de bajarse para tomar otro carro, siente que una persona extraña le cierra el paso. Mario observa al frente un carro de policía. La persona que lo intervino le pide sus documentos, le pide que abra su mochila, y lo único que atinó a decir fue que *“sabía que había perdido, me habían sorprendido”*.

Luego lo esposaron, lo metieron al carro y se dirigieron a la comisaría. En el transcurso del camino su celular no paraba de sonar, llegaron a la comisaria y sonaba—eran sus clientes. El policía le dijo: *“mira cómo te llaman, podemos trabajar juntos, tu hechas a alguien, y te liberamos”*. Esto implicaba delatar a alguien, pero Mario no aceptó la oferta del policía. En ese momento de desesperación, decidió llamar a su hermano. Le insistió que no le contará nada a sus padres, pero igual este les contó. Él considera que llamar a su hermano fue un error, pero lo ayudó porque pudo arreglar un “trato” con los policías quienes le pidieron cinco mil soles para que salga libre.

Mientras su hermano y padres buscaban la forma de conseguir el dinero, Mario estuvo en el calabozo durante dos días. El afirma que es *“un lugar horrible, estaba solo, toda la celda pintada, horrible en verdad, y alucina que en*

las paredes decía “habla con el Chorri, con él puedes arreglar”, y el Chorri era uno de los tombos. En ese momento me sentía desesperado, veía puro tomo, nada más, no podía ver la calle, veía a mis papas desde la celda, fue bien palta eso”. Sin embargo, todo ya estaba arreglado, el policía tenía que crear una nueva declaración en donde todo tenga coherencia para el Fiscal. Mario afirma que “la declaración era que yo estaba esperando a un brother que me iba a vender ganjah y que solo me encontraron tres bolsitas nada más, no con los 300 gramos que tenía”. Al día siguiente, llevaron a Mario al Ministerio Público, se encontraron con el Fiscal quien le empezó a decir “fumón, encima quieres ser abogado, qué clase de abogado crees que eres”. Según Mario, el Fiscal le recriminaba e insultaba constantemente por lo que había hecho. Finalmente, una que vez el pago fue realizado, tuvo que firmar un documento y con ello no quedaron antecedentes penales. Al terminar este episodio se fue a la casa de su enamorada. Ahora, empezaban otros problemas, lidiar con el reproche de sus padres y con la deuda con su distribuidor.

Este extenso relato permite observar la experiencia de ser detenido por los efectivos policiales. Para Mario fue un error tener tanta cantidad de marihuana consigo y le quedó la sospecha que le “tiraron dedo”. Pese a ello, es posible librarse del problema porque la policía tiene un costo, el cual puede ser pagado por los familiares (o por los mismos *dealers*). Estas condiciones del contexto – la potencialidad de la policía de ser corruptible, su capacidad monetaria de pagar el costo de una coima, y un apoyo familiar – permite que estos jóvenes se libren de una detención policial. Pese a ello, la experiencia tiene un impacto directo en las emociones que sienten los jóvenes que fueron detenidos. A Lucía

su experiencia le ocasionó que sienta una “sensación de injusticia” que se explica a partir de una oposición a las reglas morales convencionales que imponen el castigo hacia la venta y uso de drogas. En la siguiente cita se observa cómo el auto-definirse como personas que hacen un servicio a sus amigos en lugar de criminales influye en considerar que su detención fue injusta:

L: Puta cuando me agarraron fue una sensación bien horrible porque yo la pagué con mi plata y me llegó bastante al pincho tener que pagar tanta plata por algo que consideraba sumamente injusto. Creo que sí ha sido bastante injusto, porque creo que finalmente no le hacía daño a nadie... O sea finalmente esa plata que pagué, o sea es para coima para todo el mundo, para los tombos y para el fiscal. O sea, personalmente yo no hice daño a nadie, compré hierba y finalmente satisfacía necesidades de mis amigos, siempre les daba lo que querían a un buen precio y la puta madre y todos éramos felices, pero vienen personas externas que tienen otra manera de entender cómo funciona la sociedad y cómo funciona el mundo y tienen este estereotipo que ellos creen que es la manera correcta de vivir y puta vienen y te dices que "hiciste mal" y te hacen pagar un culo de plata....me parece ridículo, pero ya fue, así es.

La presencia policial tiene un impacto directo en la auto-imagen que se genera el *dealer*. Al ser detenidos sienten vergüenza frente a sus padres ante el reconocimiento de su actividad ilegal. Se avergüenzan principalmente porque el etiquetamiento como ‘delincuente’ se extiende a otras facetas de su vida. Mario pensaba que sus padres lo ‘odiaban’ y que no querían saber nada de él. Tampoco se sienten orgullosos de haber tenido esta experiencia frente a su grupo de pares. De hecho, prefieren que no se “expanda” la noticia. O en todo caso, evitan la conversación. Pese a ello, encuentran un apoyo de sus pares, ellos no los cuestionan. De todas formas, el sentimiento de vergüenza genera una respuesta inmediata de ocultarse e huir de la situación (Santos, 2002):

Felipe y Lucía dejaron de vender, Mario no solo dejó de vender, sino que decidió irse de su casa por tres meses porque no podía verles el rostro a sus padres. Pero esta vergüenza también se transforma en un sentimiento de cólera e injusticia ante las autoridades del control social. El origen de estas emociones se encuentra en percibir que “la policía solo quiere plata” y que “ellos no son el problema” de la lucha contra las drogas. La subcultura de los intercambios se contradice con los discursos anti-drogas. Luego de que la mayoría tiene más de dos años vendiendo drogas a pequeña escala, llega un momento en el que se hacen cuestionamientos de la imagen que tienen de sí mismos. A partir de su experiencia como *dealers*, el manejar una “doble vida”, pese a todos los ingresos monetarios posibles, se torna más complejo y genera ambigüedades con respecto a sus expectativas de vida a futuro. Estas interrogantes abren el análisis a los posibles procesos de desligamiento de la venta de drogas.

Capítulo 4: ¿Quién quiere ser *dealer* toda su vida?

Yo no pienso hacer esto para siempre tampoco, esto es una huevada con que haces plata con eso y puedes ahorrar para hacer otro negocio, o para ti. Creo que la mayoría hace eso, como que es algo momentáneo para luego hacer otra cosa.
(Lucía- vendedora de marihuana)

El siguiente capítulo analiza los mecanismos que influyen en la decisión de los *dealers* sobre continuar o no con esta actividad delictiva. Como punto de partida, se identifica que, al igual que en el inicio, la decisión de dejar de vender

drogas no solo implica un cálculo racional de costo/beneficio, sino que está mediada también por la experiencia que han tenido como *dealers* y los proyectos de vida a futuro que tienen estos jóvenes. Estos factores van a configurar la ambigüedad con respecto a seguir o desistir de esta actividad.

Para analizar los posibles desligamientos de la venta de drogas es importante contextualizar la situación actual de los actores con respecto a su condición de estudiantes. Sebastián se encuentra a dos años de acabar su carrera, mientras que a Mario, Felipe, Zeta y Candy Flip les falta un año. Por su parte, a Lucía le faltan tres años, y este ciclo decidió no estudiar porque se sentía desmotivada con la carrera que seguía. Y Ricardo es el único que ha culminado sus estudios y continúa vendiendo drogas a sus amigos del instituto en el que estudiaba. En dicho contexto, los jóvenes *dealers* mencionaron estar preocupados por su próximo futuro profesional. De hecho, esto forma parte de su proyecto de vida como estudiantes universitarios: ejercer sus carreras y, en algunos casos, iniciar sus propios negocios. Al ser este proyecto tan importante para ellos, influye en la transición de 'ser reconocido como dealers' a 'no querer ser' reconocidos como tales. Al respecto, Candy Flip señala que:

E: ¿y hasta cuando piensas vender?

CF: No sé, no mucho tiempo, yo creo que no lo seguiría haciendo, pero a veces, tengo amigos que me dicen "oye tengo esto, tengo ácidos, tengo pills", y como que ya sabes que es fácil vender. Pero igual, sí me molesta, y me molestaría si lo único que consideran de mi es que soy vendedora de drogas. Puta me pongo a preguntar ¿quién soy yo? ¿Qué imagen quiero que tengan de mí? Y obviamente no quiero que me reconozcan como vendedora de drogas. Yo quiero terminar mi carrera, quiero tener mi negocio, no quedarme vendiendo drogas para siempre.

Cada uno de los jóvenes *dealers* afirma que vender drogas es algo momentáneo, que no es para todas sus vidas, que si bien es “chévere” que sus amigos consumidores los reconozcan como aquellas personas que les dan una droga de buena calidad, tampoco es agradable que te llamen únicamente para eso. Como menciona Felipe siempre hay que tener en cuenta que “*hay un grupo que puede saber y hay un grupo que no*”. Este último grupo suele ser, como vimos, el ámbito académico (otros estudiantes de sus universidades) y laboral (cuando realizan sus prácticas y/o consiguen trabajos eventuales). Precisamente, la imagen que quieren proyectar los jóvenes es una que diga que están preparados para el “mundo laboral”, que estudiaron para eso.

Esta tensión se suma a que la experiencia de ser *dealers* les ha generado tener sensaciones de agotamiento y estrés. Para Sebastián y Mario uno de los principales cambios en sus comportamientos es que ahora buscan realizar acciones “más precavidas”. Por ejemplo, Mario nos cuenta que:

E: ¿cómo te sientes ahora?

M: Puta ya quiero dejar esta huevada también, ya estoy cansado, me aburre también, me estresa, ya quiero acabar mi carrera también.

E: ¿Y qué crees que pase cuando acabes la carrera?

M: puta me pondré a chambear y de hecho ya no quiero estar vendiendo porque ahorita vivo con un estrés que mi caño me cobre, me cobre, que los clientes me revienten el celular, puta es una huevada, ya me aburre.

Mientras que Sebastián cuenta que:

E: ¿y cómo crees que ha cambiado tu vida desde que empezaste a delear?

S: Puta me he vuelto más precavido en parte, porque, o sea, ojos en la espalda, cuando camino siempre tengo que estar mapeando, dónde estoy, qué está por acá, si tengo algo en la espalda, por ejemplo, si tengo merca, puta obviamente tengo que cuidarme pues, y tengo que tener ojos en todos lados. Yo no hablo de eso normal así no más con la gente, porque no quiero que me alucinen en cuanto a los números, manyas, para que me digan "asu haces un montón de plata, o no haces nada, o deberías hacer otra cosa, o cuidado lo que haces es peligroso, prefiero que no sepan para prevenir.

En ambas narraciones se observa que hay un incremento de la sensación de cansancio y preocupación por ser descubiertos. Esta forma de definir la venta de droga luego de unos años ha configurado acciones cotidianas que se basan en controlar los espacios por donde concurren – sobre todo cuando tienen hierba – y tratar de controlar la imagen que proyectan a otras personas, asegurarse que antes de ser etiquetados como delincuentes, sean reconocidos como estudiantes o futuros profesionales. Además, la preocupación sobre qué personas le rodean genera que limiten sus intenciones de entablar relaciones sociales con nuevos individuos. A continuación, se analizarán cómo los jóvenes *dealers* interpretan su posibilidad de dejar de vender. Se afirma que existen dos mecanismos que influyen en los posibles procesos de desligamiento de la venta ilegal de drogas 1) la reducción de sus redes a círculos de consumidores de drogas y 2) el acostumbramiento a la ocupación como *dealer*.

4.1. La reducción progresiva de las redes sociales

Un cambio importante en los estilos de vida de los jóvenes *dealers* es la reducción progresiva de sus relaciones interpersonales a grupos de consumidores de drogas. Estas redes de amigos tienen la expectativa que los jóvenes *dealers* tendrán drogas disponibles para la venta. Esto contribuye a que los *dealers* se identifiquen con el rol de “intermediadores o facilitadores” de drogas de sus grupos de pares. Asumir este rol contribuye a que la decisión de desligarse de esta ocupación sea un proceso complicado, tal como lo señala Felipe:

F: Es que, o sea, no es que para uno sea difícil dejarlo, sino que te llaman, te llaman. O sea, ha habido varias veces que he querido dejarlo, o sea, no sé, hay momentos en que decía "ya, ya fue", y puta te piden un ocho de marihuana, me entiendes. Y dices "puta ya, si le saco un ocho, voy a ganar y encima me va a salir el otro ocho más barato, podría tener más plata"...te proyectas, simplemente te proyectas en los números, y dices "manya si hago esto, voy a tener tanto dinero, si hago esto un día puedo obtener tanto, ah acá tengo 20 cobis y esos 20 cobis tienen que desaparecer este día, entonces, voy a tener 600 lucas en la noche", me entiendes. Son cosas que vas jugando, a mí por lo menos eso a mí me vacila, cómo generar dinero así.

En este caso, desprenderse de la venta de drogas no es un acto abrupto, sino está configurado como una transición en la que el joven *dealer* que desea dejar de vender drogas sigue inmerso en una trama relacional que le demanda dicho producto. Al ser el joven *dealer* un puente entre la fuente de suministro y sus clientes, genera determinados beneficios en función de dicha posición que toma en la red (dinero y drogas gratis). Efectivamente, se proyecta y organiza sus ganancias, y nuevamente se encuentra dentro del proceso de intercambio delictivo.

Asimismo, esta reducción progresiva de sus círculos de amigos se explica también por los procesos de ocultamiento analizados en el capítulo II. Es decir, empezar a ocultarse de personas no relacionadas a los intercambios de drogas significa también entablar menos relaciones sociales dentro de espacios diferentes. Nuevamente, Felipe brinda un ejemplo de este proceso.

E: ¿Y cómo crees que ha cambiado en tu vida cotidiana desde que empezaste a delear?

F: Puta en varios aspectos, o sea un poco como que ya no haces tanto vida social y ya solamente te recluyes en las personas que conoces, y si bien puedes conocer más personas, como que es más difícil ya entablar una relación, no íntima, sino estrecha con alguien; ya tampoco no me esfuerzo por conocer gente, o sea simplemente los conozco de vista y punto. Eso ha sido principalmente, luego otra cosa...no sé pues, sales más, haces más cosas porque te lo permite el dinero, puedes salir, en general, no solo chupar, sino ir a un culo de sitios, te da más libertad. Entonces, eres más independiente.

Asimismo, Ricardo sostiene que

E: ¿Y planeas seguir haciéndolo?

R: Sí de hecho, o sea por lo menos hasta que consiga una fuente de ingresos un poco más serias, o tal vez un estilo de vida diferente, dejar de ver a tus causas, dejar de juerguear tanto, o por ejemplo, irte a vivir a otro lado. O sea, me voy a ir por lo menos un mes a estar en otro lado y ese mes van a hacer semanas desactivado de esto, y puta fácil regreso sin plata, y tengo que hacerlo de nuevo, eso ya lo verá el tiempo, pero no lo pienso tanto.

Ricardo sostiene que para dejar de vender drogas requiere de una fuente de ingresos “más serias”, es decir, un trabajo formal; o quizás un estilo de vida diferente, que consiste en consumir menos drogas, empezar a salir menos a fiestas, y desconectarse con esas redes de amigos. Una de sus opciones era ir a vivir a otro lado, dejarlo de hacer por unos meses. Sin embargo, la posibilidad de retornar al negocio siempre está latente, debido a todo el entramado

relacional, conocimientos y habilidades que ha adquirido en el transcurso de su trayectoria. Así, se puede afirmar que esta decisión no sea una ruptura tajante, sino un proceso oscilante, una entrada y salida a la venta de drogas, en donde los dealers dudan sobre dar ese cambio por la dificultad que implica encontrar otro estilo de vida (Adler y Adler, 1983).

4.2. Ser *dealer* o trabajar formalmente

Otro proceso influyente en las decisiones de salida de los jóvenes es el acostumbamiento a la ocupación de ser *dealer*⁴⁶. La venta de drogas es una ocupación en la que tienen una flexibilidad laboral, no tienen jefes ni se someten a jerarquías laborales. Los *dealers* entrevistados han tenido experiencias laborales legales: Felipe y Mario han trabajado como practicantes en sus respectivas carreras con sueldos mínimos y derechos laborales. Dentro de un ambiente de oficina, con una vestimenta de traje formal (camisa, pantalón, corbata), y personas que – a menos a primera vista – pareciera no tolerar el consumo de drogas ilegales. Mientras tanto, Lucía, Sebastián, Zeta y Candi Flip han laborado principalmente en el sector servicios, tales como tiendas de comida rápida, call centers y/o tiendas de ropas, con sueldos mínimos. Para estos jóvenes las prácticas pre-profesionales son experiencias de aprendizaje para su futuro. Mientras que los trabajos de servicio han sido

⁴⁶ En el Capítulo II se observó cómo estos jóvenes encuentran en la venta de drogas una forma de solventar sus estilos de vida relacionados al consumo de bienes y servicios, en su mayoría, recreacionales.

entendidos como fuentes de ingresos⁴⁷. Sin embargo, las dinámicas laborales a las que se adhieren, son trabajos que consideran también como monótonos, que a veces los desconcentran de sus estudios, con bajos sueldos, y que no ven mayor productividad (sobre todo cuando se trata de trabajos en el sector servicios). Al preguntarle a Sebastián sobre las diferencias que existen entre trabajar formalmente y vender drogas contestó lo siguiente:

S: Usu, o sea la inversión de tiempo y la ganancia de billete es muy diferente, tú gastas un montón de tiempo en una chamba formal, por ejemplo, con sueldo mínimo, y al mes te van a dar 750 lucas, tú puedes hacer 750 lucas en una semana, en media semana, en un fin de semana, y ni siquiera es mover tanto, los citas a todos de tal hora a tal hora, y a tal sitio, y los vas atendido, y ya estás. Te vas a tu jato en dos horas con un sueldo mínimo (risas), te pagan más por hora, ni siquiera es por hora, sino por servicio, por servicio, por transacción.

Esta comparación permite observar que el acostumbamiento a la actividad les reduce las posibilidades de considerar como una actividad atractiva y rentable a los trabajos formales. En principio, se observa que la inversión del tiempo es un elemento importante. En efecto, Mario también sostuvo que:

M: Sigo dealeando porque soy estudiante, no tengo chamba, estoy algo viejo también, aún me falta un año para acabar mi carrera, y para que me exploten en una práctica, no es, haría lo mismo todos los días, me pagarían una nada, no es una nada, pero más es lo que pierdo tiempo, tengo que estudiar también. Una hora que vendo cobis es como cinco días sentados en una oficina. Igual esto es momentáneo, espero dejarlo de hacer este verano, de hecho vender mis cobis pero en menos cantidad, cuando tengo mucha cantidad me estreso.

⁴⁷ Uccelli y García-Llorens (2016) también indican este proceso de cómo los jóvenes entienden sus trayectorias laborales.

La cita de Mario revela la preocupación que existe por acabar su carrera pero que el camino que elige no está en volver a realizar prácticas profesionales para generar ingresos económicos, sino en seguir vendiendo drogas. Esto se explica porque la venta de drogas implica una organización temporal flexible, en donde los jóvenes no se sienten sujetos a horarios rutinarios en donde la paga es poca.

Además, la organización de los tiempos se relaciona con las ganancias que obtienen a partir de esa inversión de tiempo. Se ha observado que, evidentemente, *delear* implica invertir menos tiempo y ganar más dinero (en efectivo). A diferencia de un trabajo formal en el que se invierte más tiempo y se obtiene menos dinero y no en efectivo. Tal como indica Felipe sobre su experiencia en trabajar y vender drogas al mismo tiempo:

F: He trabajado y también he deleado al mismo tiempo, es digamos, no sé, es cuestión de, simplemente, yo lo estaba complementando. Como te digo, el delear a veces como que te da dinero rápido, me entiendes; y así puedas tener una buena chamba, al final vas a tener a fin de mes, pero podrías necesitar antes de fin de mes. Y también el hecho de que no sé, pero a mí me jode, llegar a fin de mes, y gastarme todo mi dinero, que he trabajado durante 30 días, en deudas, en comida, que no me quede nada y me queden 30 días más para recibir mi próximo sueldo, eso me jode, eso es bien frustrante. Entonces si dealeas compensas un poco y te puede quedar el sueldo casi integro a fin de mes muchas.

De modo que, ser *dealer* les permite reducir el tiempo para poder acceder a determinados bienes de consumo, ya que les proporciona dinero en efectivo. Entonces, el conocimiento adquirido sobre la relación que existe entre tiempo y dinero a través del desarrollo de la carrera delictiva influye en cómo los *dealers*

consideran que pueden (o no) dejar de realizar esta actividad o complementarla con un trabajo formal, como alguna vez lo hizo Felipe⁴⁸. Acá, lo que se observa es que luego de cinco años vendiendo drogas ven a esta acción como un medio para alcanzar el fin de tener un ingreso que solvete su estilo de vida. En sus trabajos formales, ganarían un sueldo de entre 750 a 800 soles. Esta cantidad podría ser complementada o reemplazada por la venta de drogas.

Otro aspecto importante entre la comparación en ambas actividades es que los jóvenes *dealers* están acostumbrados a desenvolverse en ocupaciones en donde no hay jerarquías establecidas de relación empleador-empleado. La ocupación como *dealer* les permite desenvolverse por sí solos, establecer sus propios horarios y ganancias, y no rendirle cuentas a ningún superior. Ricardo sostuvo lo siguiente:

R: Puta de hecho vendiendo weed sería feliz pues, mientras hago las otras cosas que me bacilen. Puta ser subordinado es una webada que está en mi chamba legal, ser un subordinado, de la última parte de la pirámide, causa, y así es pues, yo soy peón. En cambio, con delear no pues, así haya un huevón como que es el que me da a mí la hierba, yo bailo con mi propio pañuelo pues, él no me dice "trabaja bien" ni tantas horas a la semana, es más, al contrario, yo solo soy.

Con todo ello, se observa que la experiencia como *dealers* socializa a estos jóvenes en habilidades y conocimientos que se distancian de las que se requieren para ingresar al mundo laboral formal. Esto abre la posibilidad a que

⁴⁸ En el capítulo II se observó cómo los jóvenes *dealers* generan una diferencia entre el dinero obtenido de manera ilegal y el que obtienen de manera legal, pero lo importante es observar que la experiencia como *dealers* les proporcionó conocimientos y habilidades sobre cómo manejar tiempos y dinero que se contradicen con los trabajos formales, en donde existe más tiempo, estás en un lugar establecido, y reciben dinero solo a fin de mes o quincenas.

los jóvenes tengan aspiraciones laborales a ser “sus propios jefes”. Por ejemplo, Candy Flip indicó que estaba planificando poner una pequeña empresa de postres, promocionarla en Facebook y empezar a vender. De la misma manera, Zeta ya había iniciado la exportación de juguetes de colección de Comics y Series de TV para venderlos también vía Facebook. Asimismo, debido a la posición social en la que se encuentran, ser estudiantes de clases medias y medias altas, tienen grandes posibilidades de acceder a trabajos formales, a partir de sus conocimientos o a través de la proporción de redes que les conceden trabajos. Pero, debido a que han desarrollado ciertas disposiciones culturales en su ocupación de riesgo como *dealers* el desligarse de esta actividad se presenta como una vía ambigua que aún no tiene una decisión final.

4.3. Las posibles salidas

En síntesis, se observa que los entrevistados avizoran tres posibles caminos para abandonar progresivamente la venta de drogas. En primer lugar, se ha observado que muchos consideran posponer su salida hasta llegar a un monto de dinero (“el ahorro”), por ejemplo, Lucía menciona que:

L: Yo no pienso hacer esto para siempre tampoco, esto es una huevada con que haces plata con eso y puedes ahorrar para hacer otro negocio, o para ti. Creo que la mayoría hace eso, como que es algo momentáneo para luego hacer otra cosa.

Sin embargo, el dinero muchas veces es utilizado en actividades diarias, en otras drogas, en bienes de consumo, por lo que el monto nunca se logra, y se

vuelve a recurrir al a venta de drogas. Tal como indicó Felipe “mientras más ganas, tus gastos se incrementan”. De esta manera, el proceso de llegar al monto de dinero es impreciso.

En segundo lugar, existen aquellos que consideran que al terminar sus estudios universitarios dejarán de vender drogas frecuentemente, es decir, reducirían sus intercambios a los pedidos que puedan realizar sus amigos o cuando algún distribuidor les ofrece una nueva droga. Por ejemplo, Felipe y Candy Flip señalan cómo sería este camino:

E: ¿y qué crees que pase cuando acabes la universidad?

F: La verdad que no creo que siga dealando, aún no lo sé, pero no creo que siga. Tal vez si la gente me pide pesos, cosas así, pero cobis ya no, y solo vendería a gente cercana, o sea a mis brothers. Pero de ahí a hacerlo como ahora, ya no, yo creo que ya no la haría, me quiero poner a trabajar.

Mientras que Candy Flip señala que:

E: ¿Y cuándo acabes la universidad vas a seguir dealeando?

CF: No creo, ya quiero acabar la universidad, trabajar en algo de mi carrera y seguir con mi negocio que tengo, ya dealer no sería una buena opción. Pero pucha es un buen ingreso extra, y si algún amigo me dice “oye tengo esta pill o esta plancha” pucha normal la recibo y la vendo. De hecho eso pasó hace poco, un amigo me dio una plancha de LSD y la vendí al toque.

En tercer lugar, los jóvenes buscan moverse a otras líneas de trabajo formal que están ligadas a sus objetivos como estudiantes universitarios, sin que ello implique desligarse completamente de la venta de drogas, sino como

actividades complementarias. Por ejemplo, Ricardo trabaja formalmente y también vende marihuana. Asimismo, Felipe considera que complementar ambas actividades podría ser una ventaja, ya que le permite ocultar su actividad de dealer:

E: ¿Y planeas seguir deleando por más tiempo?

F: Mmm, no sé, puede ser que lo deje o que baje el ritmo.

E: ¿Por qué?

F: Porque también quiero chambear, o sea también me preocupa mi futuro.

E: ¿Y qué planeas hacer al respecto?

F: Comenzar a trabajar tal vez, pero tal vez seguir deleandola también, las dos cosas, podrían ser complementarias, de hecho que también es una buena fachada trabajar. O sea, estás trabajando por la legal, podrías argumentar que no tendrías necesidad de delear,

En estos tres patrones, la decisión de continuar o no con esta actividad es ambigua. Esto se debe a que los entramados relacionales, las disposiciones culturales adquiridas, y las experiencias en sus trabajos formales configuran la decisión de desligarse a estas actividades. Este es un proceso complejo que queda abierto, es decir, a la deriva, al igual que en el inicio de su trayectoria como *dealers*. En síntesis, estos jóvenes *dealers* son delincuentes transitorios cuyas probabilidades de ser delincuentes profesionales es poca, debido a que se encuentran en una trayectoria que combina constantemente los espacios del mundo legal y el ilegal. Estos jóvenes, si bien no buscan expandir el trabajo de ser *dealer*, tampoco se generan inconvenientes con el hecho de tener ingresos complementarios por medio de esta actividad ilegal. Precisamente, el “no hacerse problemas” radica en el proceso de aprehensión de formas de

entender y comportarse dentro de la red de intercambio de drogas en espacios universitarios.



Capítulo 5: Conclusiones y Reflexiones finales

La siguiente sección ilustrará un dialogo entre los elementos teóricos y la información empírica recopilada para identificar los mecanismos que contribuyen al desarrollo de tomar una decisión de riesgo, ser un *dealer* de drogas ilegales. Además, se expondrán las limitaciones de esta investigación y se plantearán algunas preguntas que esta tesis abre a la discusión para futuras investigaciones sociológicas.

El punto de partida fue considerar a un *dealer* de drogas como una persona que toma una decisión de riesgo por su carácter delictivo y que tiene una conexión directa con el consumidor final. Luego, la investigación se propuso abordar el paradigma de las carreras criminales. Esta perspectiva analiza cómo los individuos empiezan a delinquir, cómo continúan realizando esta actividad, si hay especialización de la carrera, y cuándo las personas dejan de delinquir (Jennings y Piquero, 2009). En efecto se analizaron tres grandes procesos: 1) la deriva hacia la venta de drogas, 2) la continuación y desenvolvimiento en la actividad y, 3) los posibles procesos de salida.

5.1. La deriva hacia la venta de drogas ilegales

El análisis de la carrera delictiva de los siete jóvenes *dealers* evidencia que la transición hacia actividades delictivas no es un salto hacia un ambiente desconocido sino un paso adelante a un espacio social que ya les es familiar. Esta transición no es tan solo un “cálculo criminal” (Matsuede, 2006 citado por

Hochstetler, 2009) que mide la probabilidad de ser capturado por los beneficios que pueden obtener de la actividad delictiva. También es un proceso de socialización en donde se acumulan conocimientos y desarrollan técnicas argumentativas para justificar moralmente los actos delictivos (Becker, 1971; Matza, 2014). Y, además, es un proceso en donde la percepción del riesgo a ser detenido está contextualizada e influida por la forma en que se organizan los intercambios de drogas en estos espacios protegidos. Estas redes de amistad y confianza construyen la “ilusión de la auto-determinación” (Desmond, 2006), esto es un proceso de socialización en donde incorporan un conjunto de habilidades y disposiciones que hacen que definan su trabajo como no riesgoso.

En efecto, los jóvenes *dealers* tienen una experiencia anterior como consumidores recreacionales de drogas. En esta etapa participan en lo que se considera como un grupo subcultural que está compuesto por una red de personas que comparten ciertos significados con respecto a sus acciones y sus consecuencias. Un grupo que opera dentro de una sociedad general que no comparte su visión desviada (Becker, 1971). En tanto consumidores acumulan una serie de visiones y formas de actuar en los intercambios de drogas ilegales. Estos conocimientos consisten en aprender a gustar los efectos de las drogas, ocultarse de personas que no consumen, neutralizar la carga moral negativa asociada al consumo de drogas, y empezar a conocer a las fuentes de suministro. Este proceso de aprendizaje es posibilitado por las interacciones que mantienen en sus grupos de consumidores que se componen de redes de

amistad y de confianza, de modo que se encuentran en un espacio social en donde el consumo de drogas recreacionales es aceptado.

Luego, es necesario que los vínculos morales con el mundo convencional— el respeto a la ley penal— estén neutralizados. Esto es posible gracias a que, en las interacciones dentro del grupo de consumidores de drogas, los jóvenes *dealers* desarrollan técnicas narrativas que justifican su actividad delictiva. En dichas técnicas los novicios *dealers* afirman que no les hacen daño a sus clientes, cuestionan a las autoridades policiales y generan una imagen positiva de su actividad: “yo no soy un delincuente, sino un facilitador de drogas de mis amigos” (Ricardo).

Asimismo, en este proceso de deriva los *dealers* desarrollan motivaciones que son socialmente constituidas dentro del grupo de consumidores que se organiza alrededor de una actividad desviada (Becker, 1971), intercambiar drogas. En esta primera etapa como *dealers* se mencionó que existía la motivación de consumir drogas gratis a través de su comercialización. Esto se debía a que estos jóvenes se enfrentan al problema monetario de solventar su consumo. Por lo que una solución es empezar a vender drogas.

Además de las motivaciones, los jóvenes *dealers* requieren de un tercer mecanismo que consiste en percibir que vender drogas es una actividad poco riesgosa de hacer. Esto conlleva a comprender que las decisiones para realizar una ocupación de riesgo, no son tan solo influidas por la búsqueda de bienes materiales (drogas y dinero), sino también por la contextualización del riesgo que ofrece la red organizada de consumo y venta de droga en estos espacios.

Esta organización se sostiene en base a redes de amistad y confianza. La confianza es un elemento que sostiene a los mercados ilegales, dado que estos presentan una fragilidad institucional: carecen de mecanismos para permitir la seguridad a sus participantes (Beckert y Wehinger, 2011). Precisamente, la organización de la venta de drogas en la que participan estos jóvenes *dealers* se caracteriza por tener relaciones de amistad con sus clientes, quienes son personas conocidas en su experiencia como consumidores de drogas. Mientras tanto, los distribuidores que conocen también pertenecen a ese círculo cercano o fue presentado por alguno de sus amigos. Por lo que no son personas extrañas a ellos, sino también individuos con los que van compartiendo otras actividades y el negocio de vender drogas. Estas redes de intercambios de drogas contextualizan el riesgo y generan la percepción que su trabajo no es tan riesgoso, ya que evitan las posibilidades de ser capturados por la policía y/o estafados con el dinero.

Con todo ello, se afirma que la red de intercambios de drogas en espacios universitarios genera tres mecanismos que posibilitan la deriva hacia la venta de drogas: 1) acumulación de conocimientos sobre el mercado de drogas y desarrollo de técnicas de neutralización, 2) desarrollo de motivaciones desviadas socialmente constituidas dentro del grupo de consumidores de drogas y, 3) la percepción sobre los riesgos de esta actividad. Entonces, la transición de consumidores a vendedores es un proceso gradual de pequeños pasos en donde los jóvenes *dealers* acumulan una serie de experiencias para desenvolverse en este tipo de mercado ilegal.

5.2. Las técnicas de venta en el micro-comercio de drogas en espacios universitario.

El desenvolvimiento de los jóvenes *dealers* estudiados muestra que la dinámica es que se va aprendiendo en la práctica. Este es un proceso de aprendizaje sobre las técnicas que se requieren para cometer el delito (Sutherland, 1947). De esta forma, los jóvenes *dealers* empiezan a diferenciar entre los espacios protegidos y los públicos. Los primeros les brindan mayor seguridad en tanto son lugares dentro de sus centros de estudios, sus casas, autos personales y/o casas de sus clientes; mientras que los segundos espacios son poco frecuentes y acarrear muchos más riesgos y preocupaciones de ser capturados, por lo que los intercambios tienden a hacerse rápidamente.

También se observó que los *dealers* no realizan esta actividad a tiempo completo, ya que no son criminales profesionales, sino que combinan esta actividad con otras del “mundo convencional”, como estudiar, trabajar o realizar prácticas profesionales, así como formas de entretenimiento convencionales junto a sus pares fuera de la red de consumidores. Además, invertir tiempo en la venta de drogas puede generar conflictos en sus relaciones interpersonales, como con sus parejas, profesores y/o compañeros de facultad. Asimismo, se presentan dificultades cuando la cartera de clientes se extiende y empiezan a venderles a los “*conocidos de sus amigos*” y gente no tan conocida por ellos.

Ante esta situación, los *dealers* empiezan a volverse más exclusivos con la elección de sus clientes debido a los posibles riesgos que implica extender dicha lista. Aquí se observó que existen grados de confianza y diferentes formas en que los *dealers* tratan a sus clientes. Están los que son considerados como “amigos” a quienes les fían, comporten la droga y otros espacios recreacionales con ellos; y están los clientes problemáticos, quienes son considerados como los “chibolos” a quienes quieren atender rápidamente para librarse rápidamente de ellos.

Otro aspecto importante en el desenvolvimiento en el mercado, es que los jóvenes *dealers* consolidan sus motivaciones para continuar en la venta de drogas. Si bien al inicio vendían para consumir drogas gratis, la búsqueda de ganancias monetarias va incrementándose conforme se desarrolla la carrera. Esto se debe a que el dinero les permite tener la capacidad de consumo para un estilo de vida asociado a las fiestas, ir a bares, consumir otras drogas, viajar dentro del país, salir a comer cuando quieran, en general, llevar una vida de consumo sin preocuparse por la falta de dinero efectivo. De modo que, vender drogas se convierte, en términos de Merton (1938; 1959), en una forma “innovadora” para obtener ingresos para solventar un estilo de vida que está culturalmente aceptado dentro del grupo de pares en el que forman parte.

La mayor tensión en la carrera es cuando son descubiertos por los efectivos policiales. En esta situación, los jóvenes *dealers* consideran que no fueron descubiertos por la efectividad de las autoridades, sino por descuidos suyos. Además, esta situación si bien genera sentimientos de vergüenza en los

dealers, no los disuade en dejar de realizar esta actividad porque los actores en base a su experiencia definen su actividad como no delictiva y perciben que la policía es corruptible, ya que “*solo quiere plata*”. En efecto, la solución a este encuentro es pagar un monto determinado de dinero para que no quede ningún registro de la detención. Aquí la percepción sobre la corruptibilidad de la policía está extendida incluso para los casos de los *dealers* que nunca han sido descubiertos por alguna autoridad.

Con respecto a los padres de familia, estos *deleers* ocultan esta actividad a sus padres. Pero cuando ellos se enteran, genera una una sensación de vergüenza y cuestionamientos sobre “*¿qué estoy haciendo con mi vida?*”. Sin embargo, estos controles no han sido suficientes para disuadir a los jóvenes de dejar esta actividad. A partir de considerar al desenvolvimiento en la venta de drogas como un proceso de aprendizaje surge la interrogante sobre si los *dealers* eligen este comportamiento porque tienen un significado y propósito para ellos o porque simplemente se conforman con los significados que prevalecen en su grupo de pares. Estas interrogantes abren el análisis a los posibles procesos de desligamiento de la venta de drogas.

5.3. ¿Ser *dealer* para toda mi vida?

Ninguno de los siete jóvenes quiere ser *dealer* durante toda su vida. Sin embargo, en el desarrollo de la carrera delictiva sí se va configurando una identificación con la actividad que realizan. Pero esta imagen positiva se va volviendo más ambigua conforme van llegando a la etapa en la cual están a

punto de terminar sus estudios universitarios y empiezan a preocuparse por su futuro profesional. Precisamente, este proyecto de vida ligado a una actividad formal y moralmente aceptada – ‘ser profesional: abogado, publicista, ingeniero, etc.’ – es uno de los factores que permiten el inicio del desistimiento de la carrera delictiva. Este momento clave en su vida – tal como lo señalan los criminólogos de las carreras delictivas (Jennings y Piquero, 2009; Maruna, 2004) – influye en que la carrera sea corta y coyuntural al momento universitario en el que se encuentran. Y, lo más probable, es que estos jóvenes dejen de delinquir en los siguientes años dado que no quieren ser criminales profesionales y, mucho menos, expandir la venta de drogas a otro tipo de delitos, como los robos, estafas, etc.

Por otro lado, en esta tesis se hallaron dos factores claves que inhiben este desistimiento: 1) el acostumbramiento de la actividad delictiva y, 2) la reducción de sus redes a círculos de consumidores de drogas. Con respecto al primer punto, la venta de drogas les proporciona un mecanismo para solventar un estilo de vida que han ido desarrollando a lo largo de la carrera, no solo en el plano monetario, sino también en la flexibilidad del trabajo, en no tener jefes ni someterse a jerarquías laborales. De modo que, conseguir un trabajo formal es menos atractivo ya que tendrían que esperar hasta fin de mes, para tener dinero, deberían cumplir un horario fijo y obedecer a sus superiores. Pese a ello, muchos de estos jóvenes *dealers* han tenido experiencias en empleos formales, sin embargo, saben que “*un día deleando, son cinco días en una oficina*” (Mario). Esta comparación dificulta el proceso de desligamiento de la actividad delictiva.

En cuanto al segundo punto, los jóvenes *dealers* se encuentran inmersos en redes de consumidores de drogas. Estas redes generan un juego de expectativas, en donde los clientes esperan que el *dealer* aún tenga drogas disponibles a la venta, a lo que los *dealers* responden afirmativamente y, nuevamente, empiezan a vender. Desprenderse de estas redes también implicaría encontrar un estilo de vida distinto, con lo cual el proceso de salida se dificulta.

Ante esta situación, los jóvenes avizoraron tres posibles caminos de salida: 1) vender hasta ahorrar un monto de dinero, 2) dejar de vender drogas por un tiempo, pero volver a hacerlo si te llaman tus clientes, 3) complementar la venta de drogas con un trabajo formal. En estos tres patrones, la decisión de continuar o no con esta actividad es ambigua, ya que, debido a todos los entramados relacionales y disposiciones culturales adquiridas, desprenderse de estos espacios sociales es un proceso complejo que evidencia cómo los actores desviados se encuentran en un movimiento oscilante entre el mundo legal y el ilegal.

5.4. Reflexiones finales y preguntas pendientes

Esta tesis se planteó la interrogante sobre el desarrollo de la carrera de un *dealer* en espacios de educación superior privada. El estudio de estos casos particulares ha permitido observar que para comprender el desarrollo de la

carrera de un *dealer* es necesario contextualizar tanto la posición de clase de los individuos como la estructura que organiza las dinámicas de intercambios de drogas. Al analizar las redes de las que los *dealers* son parte, la información que se comparte en dichas redes, y los procesos de aprendizaje, es posible observar cómo se generan argumentaciones para justificar las actividades delictivas, cómo se percibe el riesgo de realizar esta actividad, cómo se aclimatan a los peligros de su ocupación, cómo solucionan estos posibles riesgos y las dudas que se generan sobre continuar o no con esta actividad. De modo que, estos siete casos contribuyen a identificar los mecanismos que responden a las interrogantes planteadas por el paradigma que estudia a las carreras delictivas.

Sin embargo, esta tesis lejos de considerarse como un punto de llegada, es más bien un punto de partida para generar nuevas interrogantes fundamentales en la perspectiva sociológica sobre los actos desviados. Una pregunta no resuelta que se considera fundamental, pero que no fue objeto de esta tesis, es *¿por qué una persona que tiene las mismas condiciones e información que un dealer (i.e., un consumidor regular o un cliente), no se incorpora a la carrera delictiva?* Esta pregunta es importante porque plantea la situación de comparar a grupos de individuos que tienen las mismas condiciones e información sobre los intercambios de drogas, pero unos deciden ser *dealers* y otros no. Esto supone analizar una reacción diferencial de los individuos dentro de un mismo espacio de socialización. Desde la información recogida para esta tesis se

considera no se cuenta con la información suficiente para contestar dicha interrogante; pero sí se evidencia ciertos mecanismos en el desarrollo de las carreras como *dealers* que podrían ser considerados o contrarrestados en futuras investigaciones.

Becker señala que *“cuando se traen estos procesos a la luz, casi se ve inmediatamente más casos para aplicar los procesos, casos que a su vez producen una mejor comprensión de otros procesos que todavía siguen escondidos en el interior de la caja negra e invisible para nosotros”* (Becker, 2014: 92). De manera que, se puede plantear la hipótesis que estos mecanismos estén presentes en el desarrollo de otras carreras desviadas-delictivas, como “prostitutas universitarias” o estudiantes que realizan trabajos académicos a cambio de un pago, o personas que hacen negocios informales con la venta de comidas dentro de los campus universitarios. Analizar estos casos permite identificar más cajas negras y más mecanismos que intervienen en estos procesos, ya que existirán muchas más cajas negras para explorar y describir, y *“esa es la vía seria por la cual una investigación desarrolla y permite que el conocimiento crezca”* (Becker, 2014: 92).

Bibliografía

- Adler, P y Adler, P. (1983). *Shifts and oscillations in deviant careers: The case of upper-level drug dealers and smugglers*. En: Social Problems. Vol. 31. 195-207
- Adler, P. (1990). Ethnographic Research on Hidden Populations: Penetrating the Drug World. En: National Institute on Drug Abuse. *The Collection and Interpretation of Data from Hidden Populations*. USA: NIDA.
- Anderson, E. (2000). *Code of the Street: decency, violence, and the moral life in the inner city*. New York: W.W. Norton.
- Andrade, X. (1997). *Actores sociales y política antidrogas. Los pequeños traficantes*. En: Del Olmo, R. (ed.). *Drogas en conflicto de fin de siglo*. Caracas: Nueva Sociedad.
- Auyero, J y Switsun, D. (2008). *Inflamable: estudio del sufrimiento ambiental*. Buenos Aires: Paidós.
- Becker, H. (1953). *Becoming a Marijuana User*. En: American Journal of Sociology. Vol, 59, N° 3, 235-242.
- (1971). *Los extraños. Sociología de la desviación*. Buenos Aires: Editorial Tiempo Contemporáneo.
- (2009). *Trucos del oficio: cómo conducir su investigación en ciencias sociales*. Buenos Aires. Siglo XXI.
- (2014). *What about Mozart? What about Crime?*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Becker, G. (1968). *Crime and punishment: An economic approach*. En. Journal of Political Economy, 76, 169-217.
- Beckert, Jens y Wehinger, F. (2011). In the shadow illegal markets and economic sociology. En: Max Plan Institute for The Study of Societies. N° 11,
- Belackova, V y Vaccaro, C. (2013). *"A Friend With Weed is A Friend Indeed". Understanding the Relationship between Friendship Identity and Market Relations Among Marijuana Users*. En: Journal of Drug Issues. Vol. 43, 289-313.

- Bucerius, S. (2007). "What else should I do?" Cultural influences on the drug trade of migrants in Germany. En: Journal of Drug Issues. N° 37. 673-697
- Bourgois, P. (2010). *En busca de respeto: vendiendo crack en el Harlem*. Buenos Aires: Siglo XXI
- Blumer, H. (1982). El interaccionismo simbólico: perspectiva y método. Barcelona: Hora.
- Blumstein, A; Cohen, J y Farrington, D. (1988). *The Criminal Career Approach*. Criminology. Vol. 26, N° 1, 1 – 35.
- Carrabine, E, Cox, P, Lee, M, Plummer, K, y South, N. *Criminology: A sociological introduction*. New York: Routledge.
- Carter, M y Fuller, C. (2016). *Symbols, meaning, and action: The past, present, and future of symbolic interactionism*. Current Sociology. Vol 64, N° 6, 931 – 996.
- Castro de la Mata, R. (2000). *Estudio global de mercados de drogas ilícitas en Lima Metropolitana*. Lima: CEDRO.
- Chambliss, W. (1973). *The Saints and the Roughnecks*. Society, Vol. 11, 24-31
- Charmaz, K. (2014). *Constructing Grounded Theory*. 2 edition. London: SAGE.
- CEDRO. (2014a). *El problema de las drogas en el Perú*. Lima: CEDRO.
- (2014b). *Encuesta flash: Opinión sobre drogas en estudiantes universitarios*. Lima: CEDRO.
- (2015). *El problema de las drogas en el Perú*. Lima: CEDRO.
- Cloward, R y Ohlin, L. (1960). *Delinquency and Opportunity*. Glencoe: Free Press.
- Coomber, R. (2006). *Pusher Myths: Re-situating the drug dealer*. London: Bookchase.
- Cullen, F; Agnew, R, y Wilcox, P. (ed.). (2014). *Criminological theory: past to present, essential readings*. New York: Oxford University Press.
- Curtis, W y Wendell, R. (2000). *Toward the development of a typology of illegal drug markets*. En: Natarajan y M. Hough (Eds.), *Illegal drug markets: From research to prevention policy*. Monsley, NY: Criminal Justice Press.
- Dammert, L y Dammert, M. (2015). *Drugs and the Prison crisis in Peru*. En: Rosen, J y Brienen, M. (2015). *Prisons in the Americas in the Twenty First Century*. Maryland: Lexington Books.
- DEVIDA. (2012). *Estrategia Nacional de Lucha Contra las Drogas 2012-2016*. Lima: DEVIDA.

- (2013). *I Encuesta Nacional Sobre el Consumo de Drogas en Adolescentes Infractores del Poder Judicial*. Lima: GMC Digital S.A.C.
- DEVIDA (2006). *Estrategia Nacional de Lucha Contra las Drogas 2007-2011*. Lima: DEVIDA
- Desmond, M. (2006). *Becoming a Firefighter*. En: *Ethnography*. Vol. 7, pp. 387-421.
- Desmond, M. (2007). *On The Fireline: living and dying with wildland firefighters*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Desmond, E y Rodrigues, C. (2006). *The Myth of Personal Security: Criminal gangs, dispute resolution and Identity in Rio de Janeiro's Favelas*. En: *Latin America Politics and Society*, Vol. 48, N° 4, 53-81
- Durkheim, E. (2001) [1893]. *La División del trabajo social*. Madrid: Akal.
- Dwyer, R. y Moore. D. (2010). *Understanding Illicit Drug Markets in Australia: Notes Towards a Critical Reconceptualization*. En: *British Journal of Criminology*, 50: 82-101.
- Duck, W. (2016). *Becoming a Drug Dealer. Local Interaction Orders and Criminal Careers*. *Critical Sociology*, Vol 42, 1069 – 1085.
- Edelstein, Arnon. (2015). *Rethinkin Conceptual Definitions of the Criminal Career and Serial Criminality*. *Trauma, Violence & Abuse*, 1 – 10.
- Emerson, R, Fretz, R y Shaw, L. (1995). *Writing Ethnographic Fieldnotes*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Epele. M. (2008). *Privatizando el cuidado: desigualdad, intimidación y uso de drogas en el Gran Buenos Aires*. *Antípoda*, N° 6, 393-312.
- (2010). *Sujetar por la herida: una etnografía sobre drogas, pobreza y salud*. Buenos Aires: Paidós.
- (2011). *New Toxics, New Poverty: A social understanding of the Freebase Cocaine/Paco in Buenos Aires, Argentina*. *Substance Use & Misuse*. Vol. 46, 1468 – 1476.
- Fader, J. (2016). *Criminal Family Networks: Criminal Capital and Cost Avoidance among Urban Drug Sellers*. *Deviant Behavior*, 1-17.
- Ferrell, J. (1997). *Criminological verstehen: inside the immediacy of crime*. *Justice Quarterly*, N° 14, 3-23.
- Garzón-Vergara, J. (2015). *Reprimir o regular: el falso dilema de las políticas de drogas*. Friedrich Ebert Stiftung. Disponible en: <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/kolumbien/12266.pdf>. Fecha de consulta 03/05/2016.
- Goffman, I. (1959). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.

- Goffman, A. (2009). *On The Run: Wanted Men in a Philadelphia Ghetto*. En: American Sociological Review. Vol. 74, 339 – 357.
- Goldstein, P. (1985). The Drugs/violence nexus: A tripartite conceptual framework. En: Journal of Drug Issues, 493 – 506.
- Granovetter, M. (1973). *The Strength of Weak Ties*. En: American Journal of Sociology. Vol. 78, 490-494.
- Hirschi, T. (1976). *The great American Search: Causes of Crime 1876-1976*. En: Annals of the American Academy of Political and Social Science, Vol. 423. 14-22.
- (S.F). *Causes and Prevention of Juvenile Delinquency*. Special Studies. 322-341
- Hochstetler, A. (2009). Classical Perspectives. En: Miller, M. ed. (2009). *Twenty-first century criminology*. London: SAGE Publications.
- Jacinto, C; Duterte, M; Sales, P; Murphy, S. (2008). *“I’m not a real dealer”: The identity process of ecstasy sellers*. En: Journal of Drug Issues. N° 39. 428-444.
- Jacques, S. y Wright, R. (2012). *The Code of the Suburb and Drug Dealing*. En: Cullen, F y Willcox, P. *The Oxford Handbook of Criminological Theory*. New York: Oxford University Press.
- Jacques, S; Wright, R y Allen, A. (2014). Drug dealers, retaliation, and deterrence. *International Journal of Drug Policy*, Vol. 25, 656-662.
- Jacques, S y Wright, R. (2015). *Code of the suburb: Inside the world of young middle-class drug dealers*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Jacobs J y Dopkeen, L. (1990). *Risking the qualitative study of risk*. En: *Qualitative Sociology*, Vol. 13, N° 2, pp. 169-181.
- Jennings, W y Piquero, A. (2009). *Life Course Criminology*. En: Miller, M. (ed.). *21st Century Criminology: a reference handbook*. California: SAGE – Publications
- Langer, J. (1977). *Drug Entrepreneurs and Dealing Culture*. *Social Problems*, Vol. 24, N° 3, 377-386.
- Lareau, A. (2002). *Invisible Inequality: Social Class and Childrearing in Black Families and White Families*. En: *American Sociological Review*, Vol. 67. 746-776
- Laub, J y Sampson, R. (2003). *Life-course desisters? Trajectories of crime among delinquent boys followed to age 70*. *Criminology*, 41, 301 – 340.
- Loeber, R; Farrington, D y Redondo, S. (2011). *La transición desde la delincuencia juvenil a la delincuencia adulta*. *Revista Española de Investigación Criminológica*. N° 9, 1 – 45

Luker, N. (2008). *Salsa Dancing into the Social Sciences: Research in an Age of Info-Glut*. Cambridge MA: Harvard University Press.

Maddan, S y Marshall, I. (2009). *Labeling and Symbolic Interaction Theories*. En: Miller, M. (ed.). *21st Century Criminology: a reference handbook*. California: SAGE – Publications

Maruna, S. (2004). *Desistance from crime and explanatory style: a new direction in the psychology of reform*. *Journal of Contemporary Criminal Justice*, Vol. 20, 184 – 200.

Matza, D. (2014). *Delincuencia y deriva: cómo y por qué algunos jóvenes llegan a quebrantar la ley*. Buenos Aires: Siglo XXI

Matza, D. y Sykes, G. (1957). *Techniques of Neutralization: A Theory of Delinquency*. En: *American Sociological Review*, No. 22.

Merton, R. (1938). *Social Structure and Anomie*. En: *American Sociological Review*. N° 3. 672-682.

(1959). *Social Conformity, Deviation, and Opportunity Structures: A Comment on the Contributions of Dubin y Cloward*. *American Sociological Review*. Vol. 24, N°2, 177-189.

(1972). *Teoría y estructura sociales*. México: Fondo de Cultura Económica. 140-201.

Mohamed R; Fritsvold E. (2006). *Damn, it feels good to be a gangsta: the social organization of the illicit drug trade servicing a private college campus*. En: *Deviant Behavior*. N°27. 97-125.

Mohamed, R y Fritsvold, E. (2012). *Dorm Room Dealers: Drugs and the privileges of race and class*. London: Lynne Reinner Publishers.

Mujica, J y Zevallos. N. (2016). *Reducir la pequeña corrupción en los servicios de atención a la ciudadanía: Elementos conceptuales y marco lógico para el diseño de una intervención*. Lima: Escuela de Gobierno y Políticas Públicas de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Mujica, J. (2012). *Armas pequeñas en el crimen urbano: delitos, acceso y mercados ilegales de armas de fuego*. Lima: CISEPA.

Murphy, S; Waldor, D y Reinerman, C. (1990). *Drifting into Dealing: Becoming a Cocaine Seller*. *Qualitative Socioly*, Vol. 19, N°4, 321 – 343.

Murphy, S; Sales, P y Averill, S. (2016). *Ethnographic Studies of Drugs in Communities*. En: Brownstein, H. (ed.). *The Handbook of Drugs and Society*. Oxford: Wiley Blackwell.

Padrón, M. (2014). *Expectativas de reinserción y desistimiento delictivo en personas que cumplen penas de prisión: factores y narrativas de cambio de vida*. Tesis de Máster en Criminología, Política Criminal y Seguridad. Universitat de Barcelona.

- Pereyra, O. (2004). *Del Barrio y del crimen. El Fantasma de la criminalidad en el Nuevo Pachacutec*. En: *Anthropologica*. Vol. 22, N°22, 93 – 117.
- (2016). *San Felipe: Grupos de clase media se encuentran*. Lima: IEP.
- Pillon, S; O'Brien, B; Chavez, K. (2005). *The relationship between drugs use and risk behaviors in Brazilian university students*. *Latinoam Enfermagen*, Vol. 13, 1169-1176.
- Sandberg, S. (2012). *The importance of culture for cannabis markets. Towards an economic sociology of ilegal drug markets*. En: *British Journal of Criminology*. N°. 52. 1133-1151.
- Sandberg, S y Copes, H. (2012). *Speaking with ethnographers: The challenges of researching drug dealers and offenders*. En: *Journal of Drug Issue*, 2-22
- Sandberg, S y Fleetwood, J. (2016). *Street talk and Bourdieusian criminology: Bringing narrative to field theory*. En: *Criminology & Criminal Justice*, 1-7
- Santos, M. (2002). *La verguenza de los pandilleros: masculinidad, emociones y conflictos en esquineros del Cercado de Lima*. Lima: CEAPAZ:
- (2010). *Análisis de redes sociales y rendimiento académico. Lecciones a partir del caso de Estados Unidos*. En: *Debates en Sociología*, N° 35, 7-44
- Shammas, V y Sandberg, S. (2015). *Habitus, capital and conflict: Bringin Bourdieusain field theory to criminology*. En: *Criminology & Criminal Justice*, 1 – 19.
- Small, M. (2009). *How Many Cases Do I Need? On Science and the Logic of Case-Selection in Field-Based Research*. En: *Ethnography*, Vol. 10, No. 5-38.
- Spencer, D. (2010). *Cultural Crimonology: An Invitation...To What?*, En: *Critical Criminology*. Vol, 19. 197-212.
- Sutherland, E y Cressey, D. (1974). *Principles of Criminology*. 9na ed. Philadelphia: J.B.Lpippicott.
- Sullivan, M. (2016). *Ethnographic Research on Criminal Careers: Needs, contributions and Prospects*. *Journal of Research in Crime and Delinquency*. Vol. 53, 392 – 405
- Sullivan, C y Piquero, A. (2016). *The Criminal Careers Concept: Past, Present and Future*. *Journal of Research in Crime and Delinquency*. Vol. 53, 420 – 442.
- Taylor, I. (2001). *La nueva criminología: Contribución a una teoría social de la conducta desviada*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Taylor, M y Potter, G. (2013). *From Social Supply to Real Dealing. Friendship and Trust in Drug-Dealing Careers*. En: *Drug Abuse and Alcoholism, Medical Science*. N° 4, 392-406.

Tewksbury, R y Ehrhardt, E. (1998). *Lifestyles of the wheelers and dealers: Drug dealers among american college students*. Journal of Crime and Justice, Vol 21, N°2, 37 – 56.

Ucceli, F y García Llorens, M. (2016). *Solo Zapatillas de Marca: jóvenes limeños y los límites de la inclusión desde el mercado*. Lima: IEP.

UNODC, & DEVIDA. (2016). *Peru. Monitoreo de cultivos de coca 2015*. Lima: UNODC & DEVIDA.

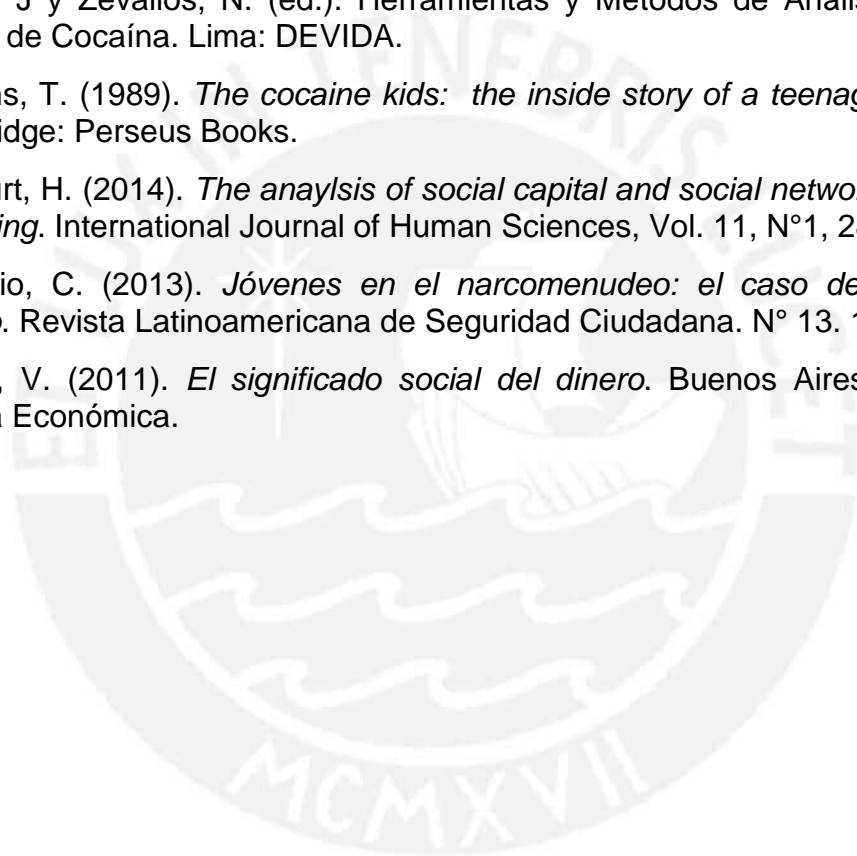
Vizacarra, S. (2015). *La importancia de la gestión de la información para la mejor planificación de políticas públicas contra el tráfico ilícito de drogas*. En: Mujica, J y Zevallos, N. (ed.). *Herramientas y Métodos de Análisis Sobre el Tráfico de Cocaína*. Lima: DEVIDA.

Williams, T. (1989). *The cocaine kids: the inside story of a teenage drug ring*. Cambridge: Perseus Books.

Yesilyurt, H. (2014). *The analysis of social capital and social networking of drug trafficking*. International Journal of Human Sciences, Vol. 11, N°1, 280-290.

Zamudio, C. (2013). *Jóvenes en el narcomenudeo: el caso de Ciudad de México*. Revista Latinoamericana de Seguridad Ciudadana. N° 13. 111-123

Zelizer, V. (2011). *El significado social del dinero*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.



Anexos

Anexo 1: Glosario de palabras

Brother: Amigo cercano

Cana: Lugar y/o situación que está siendo vigilada por alguna autoridad, principalmente la policía

Causa: Amigo cercano

Cobi: paquete de marihuana en pequeña cantidad.

Cloro: cocaína

Dealer: vender de drogas a pequeña escala.

Dealear: acción de vender drogas.

Locazo: estar bajo los efectos de alguna sustancia, especialmente se utiliza en los grupos consumidores de marihuana.

Meter la rata: Acción de estafar a alguien

Noico: Estar paranoico ante una situación, principalmente cuando se fuma y/o vende.

Palteado: sentir miedo y/o angustia ante una situación.

Parca: Policías

Pesos: cantidades que drogas que superan los 62.5 gramos hasta llegar al kilogramo.

Stone: estar bajo los efectos de la marihuana.

Tombo: Policías

Troncho: cigarrillo de marihuana

Weed: marihuana

Wuiro: cigarrillo de marihuana

Anexo 2: Guía de Entrevista

Tema 1: Datos Personales

- 1) ¿cuántos años tienes?
- 2) Grado de estudios
- 3) Actualmente, ¿tienes un empleo formal? ¿Cuánto gana?
- 4) ¿Con quiénes vives? ¿ellos son profesionales? O ¿Tus padres son profesionales?
- 5) ¿Recibes dinero de las personas con las que vives?
- 6) En promedio cuánto gastas al mes en todas tus actividades
- 7) En promedio ¿Cuánto pagan mensualmente por tus estudios?

Tema 2: Experiencia en el consumo de drogas:

- 8) Cuéntame ¿cómo empezaste a consumir drogas ilegales?
- 9) Cómo fue esa primera experiencia, si recuerdas, ¿qué pensabas en ese momento, ¿cómo te involucraste en eso?
- 10) ¿Hubo alguien que influenció en tus acciones? Si lo hubo, cuéntame un poco de esa persona
- 11) Podrías describirme los sucesos/hechos que te condujeron a consumir ciertas drogas
- 12) ¿Qué contribuyó a que consumieras cotidianamente... (o no)
- 13) ¿Qué estaba pasando en tu vida en ese entonces? ¿Cómo podrías describir tus puntos de vista sobre el consumo de drogas? ¿Cómo, si sucedió, cambiaron tus puntos de vista sobre este tema?
- 14) ¿Cómo hacías para adquirirlas?

Tema 3: Inicio en la venta de drogas:

- 15) Ahora cuéntame, ¿qué sabías sobre comprar y vender drogas en ese entonces?
- 16) ¿Cómo empezaste a vender drogas?
- 17) Cómo fue esa primera experiencia, si recuerdas ¿qué pensabas en ese momento? ¿cómo te involucraste?
- 18) Hubo alguien que te influenció, si lo hubo, cuéntame de esa persona.

- 19) ¿Qué pasó luego de que empezaste a vender?
- 20) Si es que había más personas involucradas, quiénes eran, cómo ellos se involucraban contigo
- 21) Me podrías contar un día típico cuando recién empezaste a vender drogas.
- 22) ¿Qué drogas vendías en ese entonces? ¿Cómo las obtenías? ¿Qué tipo de relación tenías con tu distribuidor? ¿Cómo lo conociste?
- 23) ¿Cuál era tu punto de vista sobre la venta de drogas en ese entonces? Para ti ¿cuáles eran las principales situaciones a las que podías enfrentarte?
- 24) Si recuerdas, cuéntame ¿cómo aprendiste a manejar la situación de empezar a vender drogas? ¿qué hacías (tipo ocultarse, cuanto tiempo le dedicaba)? ¿Cómo manejabas los riesgos/si es que lo sentías?
- 25) En ese entonces, ¿Cuál era tu punto de vista sobre las autoridades (policías, sheriffs, padres, etc.)?
- 26) Si recuerdas, ¿qué cantidades empezaste a vender y qué hacías con ese dinero?

Tema 4: continuación en la actividad y relaciones

- 27) ¿Cómo decidiste seguir dealeando? ¿qué ha pasado durante estos años?
- 28) Me podrías decir cuáles han sido los principales cambios que has realizado en la venta de drogas (por ejemplo, en tipos, cantidades, precios) ¿A qué se deben estos cambios?
- 29) En total cuántos distribuidores has tenido. ¿cómo te has relacionado con ellos?
- 30) ¿Consideras que haces daño a alguien con esto?
- 31) Me podrías contar, actualmente, cómo es un día típico en el que vendes drogas.
- 32) En base a ello, cuánto tiempo le dedicas a esta actividad y en qué lugares prefieres hacerlo.
- 33) Cómo llegaste a decidir sobre ese uso del tiempo y la elección de esos lugares.
- 34) ¿Qué te ayuda a manejar/resolver la venta de drogas? ¿A qué problemas podrías enfrentarte? ¿Podrías contarme la fuente de esos problemas?
- 35) Ahora, podrías contarme ¿cómo describirías a tus clientes? Y, si alguna vez has tenido algún problema con alguno.
- 36) ¿Cómo crees que tus clientes te consideran?
- 37) ¿podrías contarme, qué pasa usualmente luego de que le entregas la droga a tu cliente, cómo varía eso? ¿de qué depende esa variación?

- 38) ¿de qué depende el costo de la droga que vendes?
- 39) En promedio ¿cuánto ganas al mes dealeando? Y ¿en qué usas el dinero obtenido en la venta? [Si es para ahorrar, preguntar ¿ahorro para qué?]

Tema 5: Imagen de sí mismos en la actividad

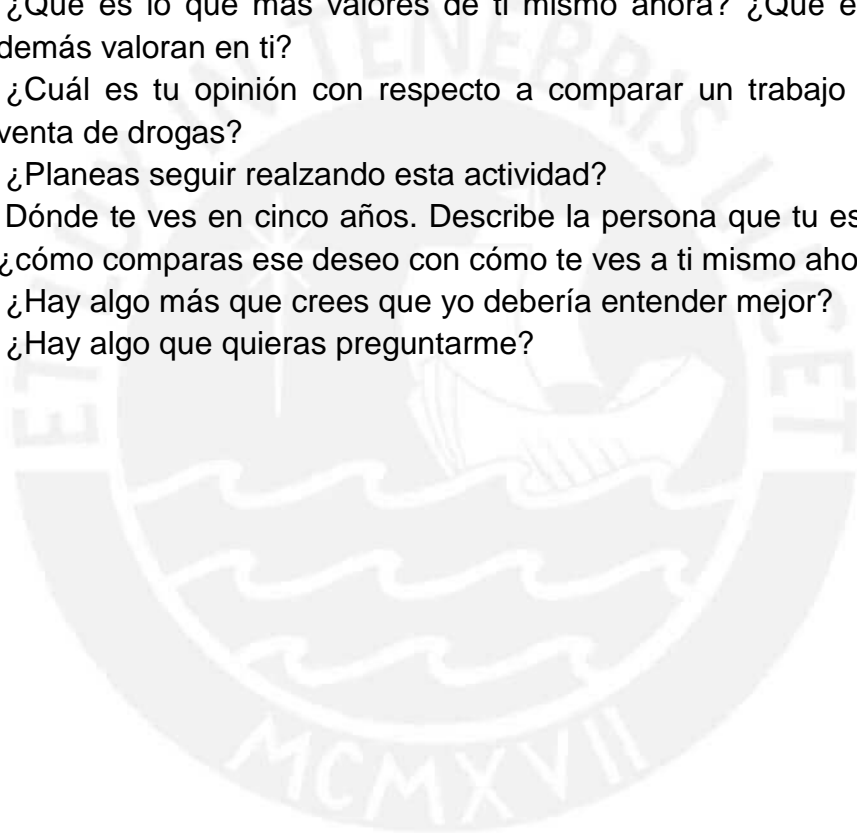
- 40) Me podrías contar, ¿cómo describirías a la persona que eres ahora? ¿Qué ha contribuido a que te consideres de esta forma?
- 41) En retrospectiva, sobre tu experiencia en la venta de drogas, me podrías mencionar qué otros eventos han sido importantes para ti. Podrías describir alguno, y cómo estos eventos afectaron en lo que ha sucedido en tu experiencia.
- 42) Me podrías describir las lecciones más importantes que has aprendido a lo largo de esta experiencia en la venta de drogas.
- 43) ¿Quién o quiénes ha sido la persona que más te han ayudado durante esta experiencia? ¿Cómo ella/él te ha sido de ayuda?
- 44) ¿Qué cambios positivos crees que han ocurrido en tu vida desde que empezaste a vender drogas?
- 45) Y si los hay, qué cambios negativos crees que han ocurrido en tu vida desde que empezaste a vender drogas.

Tema 6: Relaciones con los mecanismos del control social

- 46) ¿Alguna vez has sido descubierto por la policía? ¿Podrías describirme esta experiencia? (preguntar sobre qué le dijeron los policías y/o autoridades?)
- 47) ¿Cómo respondiste ante esta situación? ¿Cómo te sentiste?
- 48) ¿Cómo esta situación ha afectado tu actividad de vender drogas? ¿Qué cambios realizaste?
- 49) Qué emociones y pensamientos sientes ahora con respecto a la posibilidad de ser atrapado por la policía
- 50) ¿Qué piensas de la policía? ¿Cuáles crees que son sus objetivos?
- 51) ¿Alguna vez tu familia se ha enterado de esto? ¿cómo? [en caso que fuera NO: ¿por qué?]
- 52) ¿Qué hiciste? ¿qué problemas tuviste? ¿Qué cambios se ha generado en la relación con tus familiares?
- 53) Actualmente, cuáles son tus puntos de vista sobre estas autoridades

Tema 7: Expectativas de vida (estudios y trabajo)

- 54) ¿Cuáles crees que son los caminos más importantes para ser un dealer? ¿Cómo descubriste o creaste eso? ¿Cómo crees que tu experiencia previa en el consumo afectó la forma en que has manejado la venta de drogas?
- 55) Me podrías contar cómo tus puntos de vista y acciones han cambiado desde que empezaste a vender drogas.
- 56) ¿Cómo crees que has crecido como persona desde que empezaste a vender drogas? Cuéntame un poco sobre tus fortalezas que descubriste o desarrollaste a lo largo de tu experiencia como vendedor de drogas. Y, si las hay, qué debilidades identificarías.
- 57) ¿Qué es lo que más valores de ti mismo ahora? ¿Qué es lo que los demás valoran en ti?
- 58) ¿Cuál es tu opinión con respecto a comparar un trabajo legal con la venta de drogas?
- 59) ¿Planeas seguir realizando esta actividad?
- 60) Dónde te ves en cinco años. Describe la persona que tu esperas ser, y ¿cómo comparas ese deseo con cómo te ves a ti mismo ahora?
- 61) ¿Hay algo más que crees que yo debería entender mejor?
- 62) ¿Hay algo que quieras preguntarme?



Anexo 3: Compromiso ético

Compromiso ético para trabajos de campo con poblaciones diferentes

Yo, **Nestor Alvaro Pastor Armas**, responsable del proyecto de tesis “**La carrera delictiva de *dealers* universitarios: Deriva, riesgos y ambigüedades en los jóvenes micro-trafficantes de Lima metropolitana**”, en relación al compromiso de responsabilidad ética que asumo para realizar la investigación declaro que los y las participantes:

Sí viven o trabajan en circunstancias que implican riesgos para la integridad personal.

En ese caso, me comprometo a realizar las siguientes acciones:

1. COMPROMISO DE OBTENCIÓN DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Mantener informadas a cada uno de los individuos que participen en la investigación sobre:

- 1.1. El propósito de la investigación y sus objetivos
- 1.2. El uso que se va dar a la información recabada
- 1.3. Los eventuales riesgos personales vinculados a la participación

Esta información se recopilará por grabación o audio del participante.

2. COMPROMISO DE GARANTIA DE CONFIDENCIALIDAD (PRIVACIDAD)

Tomar las medidas de confidencialidad de la información obtenida, mediante acuerdo mutuo sobre una o varias de estas opciones:

- (X) Anonimato.
- (X) Código de identidad del participante,
- (X) Custodia de los datos a lo largo de la cadena de su transmisión y depósito.
- (X) Reserva pertinente de la información general sobre el proyecto.

3. **COMPROMISO DE RESPETO A CIRCUNSTANCIAS ESPECIALES Y FORMAS DE VIDA PARTICULARES**

Tomar en cuenta los valores e intereses de los participantes al realizar un acercamiento, ingresar a zonas o viviendas y entablar comunicación, de forma que ello ocurra en el momento pertinente y de manera respetuosa de las costumbres y situaciones personales o comunitarias.

4. **COMPROMISO DE DEVOLUCIÓN DE RESULTADOS**

Presentar a los participantes los resultados, prestar asistencia inmediata en caso de urgencia dentro de sus posibilidades logísticas, consultar a colegas en casos difíciles, y procurar que la investigación tenga un impacto positivo en la calidad de vida de los participantes o les aporte algún beneficio a fin de generar reciprocidad entre los participantes y el investigador.

5. **COMPROMISO DE INTEGRIDAD Y RIGUROSIDAD EN EL PROCESO**



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPANTES⁴⁹

El propósito de este protocolo es brindar a los y las participantes en esta investigación, una explicación clara de la naturaleza de la misma, así como del rol que tienen en ella.

La presente investigación es conducida por Nestor Alvaro Pastor Armas de la Pontificia Universidad Católica del Perú. La meta de este estudio es comprender el proceso de involucramiento de jóvenes universitarios en la venta de drogas ilegales a pequeña escala. Además, tiene la hipótesis de que este proceso es producto de una serie de experiencias relacionadas al consumo de drogas y decisiones que suceden dentro de una red de pares que conllevan a reducir la carga moral negativa y los riesgos asociados a la venta.

Si usted accede a participar en el estudio, se le pedirá responder una entrevista, lo que tomará 120 minutos de su tiempo aproximadamente. En caso que usted lo apruebe, la conversación será grabada, así el investigador podrá transcribir las ideas que usted haya expresado. Una vez finalizado el estudio las grabaciones serán destruidas.

Su participación será voluntaria. La información que se recoja será estrictamente condidencial y no se podrá utilizar para ningún otro propósito que no esté contemplado en esta investigación.

En principio, las entrevistas resueltas por usted serán anónimas, por ello serán codificadas utilizando un número de identificación. La naturaleza de este estudio no requerirá su identificación. Asimismo, las grabaciones serán

⁴⁹ Para la elaboración de este protocolo se ha tenido en cuenta el formulario del C.I del Comité de Ética del Departamento de Psicología de la PUCP. Asimismo, es pertinente señalar que la naturaleza de la investigación no requerirá las firmas de los participantes en el consentimiento informado. Se procedió con su aprobación o desaprobación oral.

transcritas por el propio investigador, desde su computador, y eliminadas inmediatamente.

Si tuviera alguna duda con relación al desarrollo del proyecto, usted es libre de formular las preguntas que considera pertinentes. Además, puede finalizar su participación en cualquier momento del estudio sin que esto represente algún perjuicio para usted. Si se sintiera incómoda o incómodo, frente algunas de las preguntas, puede ponerlo en conocimiento de la persona a cargo de la investigación y abstenerse a responder.

Muchas gracias por su participación.

