



► 5 Enero, 2020

Los tratantes de ganado fueron los primeros comerciantes ambulantes, al ir de feria en feria, mientras que las mujeres se iniciaron en esta actividad como vendedoras por lote de textiles y menaje que compraban en las ciudades y llevaban por los pueblos y aún hoy suelen regentar en los mercadillos los puestos de ropa y calzado



**El 65% de los 50.000 comerciantes de mercadillos** pertenecen al pueblo romaní, una actividad que se convirtió en la única salida ante las prohibiciones monárquicas para que ejercieran otros oficios y las restricciones de los gremios

## Gitanos y venta ambulante, de necesidad a tradición

Laura Blanco - Sevilla

Desde los zocos andalusíes a los 851 mercadillos que actualmente se celebran en Andalucía, la venta ambulante es una actividad dominada por el pueblo gitano. El 65% de las alrededor de 50.000 personas que se dedican a este tipo de comercio en la comunidad son gitanos. No es casual. Durante siglos, las pragmáticas contra este pueblo les prohibieron ejercer otros oficios a los que los censos realizados, en muchos casos para redadas como la orquestada por el Marqués de la Ensenada en 1749, demuestran que se dedicaban los gitanos antes como la cestería, la esquila, la alfarería o la herrería. Además, desde el siglo XV, el comercio fijo fue dominado por los gremios, en los que gitanos, musulmanes y judíos tenían el acceso restringido.

Vender de pueblo en pueblo ganado, telas, zapatos, legumbres y otros alimentos se convirtió en la única salida para los gitanos perseguidos, una necesidad que

con el tiempo se ha convertido en tradición con un componente familiar. Una actividad donde la fiabilidad de la palabra dada resulta clave para ganarse la confianza y credibilidad de la clientela al cerrar un trato. Valores que, sin embargo, los prejuicios y estereotipos niegan al pueblo gitano.

Dignificar una actividad que supone el principal sustento del 20% del medio millón de gitanos andaluces así como a quienes la ejercen es el objetivo de la Federación de asociaciones de Mujeres Gitanas Fakali con la publicación «El mercadillo: una actividad de toda la vía». Una «guía para el conocimiento y reconocimiento de la venta ambulante» con datos históricos y estadísticos. Pero también con reflexiones, como el hecho de que los diferentes nombres populares utilizados para referirse a los mercadillos no son inocuos. «El piojillo», «el barato» o directamente «los gitanos» son nombres que «conllevan una imagen este-

reotípica» que se asocia con la dudosa procedencia o baja calidad de los productos que se venden en los mercadillos y, por extensión, contribuye a ahondar en los prejuicios sobre sus vendedores, en su mayoría gitanos.

El documento deja claro que la venta ambulante —que se transforma en mercadillo cuando se ejerce en plazas públicas— uno o varios días concretados— paga impuestos. Los comerciantes son autónomos, una apuesta por el autoempleo que antaño fue la única salida laboral para un pueblo perseguido. Desde las primeras legislaciones de los Reyes Católicos contra la población romaní hasta la Constitución de 1978 hay «documentos que atestiguan cómo efectivamente se

**La fiabilidad de la palabra dada y la honradez resulta clave al cerrar tratos para ganarse la confianza del cliente y conservarlo**

promueve la eliminación de cualquier labor profesional habitualmente gitana». Gitanas eran muchas cigarrerías de la Fábrica de Tabacos de Sevilla (aunque el mito de Carmen lo haya ocultado), gran parte de las alfarerías de Triana.

Inicialmente las mujeres gitanas se limitaron a acompañar a los tratantes de ganado (de hecho, el traje de flamenca de la Feria de Abril, que en su origen era de ganado, procede del atuendo tradicional que vestían: faldas con volantes, mantón a los hombros y flores en el pelo). Pero poco a poco también ellas se iniciaron en el comercio ambulante como vendedoras por lotes. Compraban en las ciudades más próximas una cantidad de textiles o utensilios de cocina que luego ofrecían por los pueblos y zonas alejadas por lotes. Su clientela eran familias acomodadas interesadas en su mercancía por un módico precio y sin necesidad de desplazarse.

En la actual venta ambulante,

es numerosa la presencia de la mujer gitana. Incluso se puede hablar de cierta especialización en los puestos de los que se encargan unos y otras. Así, aquellos productos que requieren «una atención personalizada» como el calzado o la ropa suelen estar regentados por mujeres.

No obstante, la venta ambulante es una actividad familiar, no sólo porque se transmite de generación en generación sino porque tiene un componente colaborativo. Cuando el vendedor principal debe ausentarse, son otros miembros de la familia los que lo suplen. También a la hora de reponer, acuden a comprar la mercancía varios miembros de la familia. Y son frecuentes las facilidades de préstamo de dinero por parte de familiares para el desarrollo de la actividad. Existe «estrategias económicas étnicas» vinculadas a los valores del pueblo gitano. Por cierto, que también la compra a plazos nació en la venta ambulante mediante «la dita».