

Estrategias económicas de los gitanos valencianos

La venta al lote

La venta constituye, todavía hoy, una de las principales actividades económicas de los gitanos españoles. Para esta sección de El ayer y el hoy contamos con un artículo de nuestro compañero Juan Carlos Barranco, de la FSG-Valencia, que nos muestra la evolución de las actividades económicas de la comunidad gitana en Valencia, desde los años 50 hasta la actualidad, centrándose en una de las estrategias más características: la venta al lote. El artículo está ilustrado con algunos fragmentos de historias de vida que el autor ha ido recopilando en los últimos años, así como algunas fotos de vendedores gitanos de origen valenciano.

¿De qué ha trabajado de joven?

¿Yo? Vendiendo. A vender: sábanas, colchas, mantelerías, de todo.

Si me costaba un duro la mantelería, la vendía por catorce.

Buena vendedora, buena vendedora.

¿Quién te enseñó? ¿La Pepona te enseñó?

¿A vender? La tía Pepona.

¡La tía Pepona era la más ganaora de toa Valencia!

Ella era su ayudanta.

Sí. ¡Aaaah!

(Amalia Bustamante, 12/11/2003)



El final del trato

A partir de los años 50, el campo valenciano comienza a mecanizarse. Mulas, bueyes, burritos y caballos, dejan de ser la fuerza de tiro en el medio rural. En un primer momento los nuevos elementos serán camiones y tractores, y unos años más tarde, cosechadoras, trilladoras, etc. harán gran parte de los trabajos que, con gran esfuerzo antes, realizaron bestias y hombres. Esta mecanización progresiva que sufrirá el medio rural español va a afectar de manera especial a los gitanos.

En primer lugar, va a afectar al "trato" –la compraventa de caballerías– que era una actividad en la que secularmente los gitanos se habían especializado y que desde la Pragmática de Carlos III en 1783 ya podían ejercer "libremente". Bien es verdad que en dicha actividad tenían muchas más trabas que el resto de los ciudadanos españoles, al estar obligados a presentar continuamente licencias, permisos y documentación varia sobre los animales con los que iban a comerciar, pero nunca lo tuvieron fácil en otras actividades y la compraventa de las bestias de carga les permitía llevar una vida de cierta itinerancia así como independencia en sus negocios, además de unos nada desdeñables beneficios.

La mecanización no sólo afecta a la vida rural; muchas industrias como la cerámica de Manises, Paterna y algunos otros lugares dependen de los carros tirados por bestias para ir transportando continuamente leña y viruta para los hornos. Lo bien cierto es que la sustitución de la tracción animal por vehículos mecánicos es bastante rápida. En apenas tres decenios, los que van desde los años cuarenta a los primeros setenta (todavía encontramos algún tratante en las zonas de Requena, Xàtiva y Llíria a mediados de los setenta e incluso un guía gitano que pasea turistas a lomos de burritos en Callosa d'Ensarrià) los gitanos valencianos tienen que ir reconvirtiendo rápidamente este oficio por otras estrategias económicas. Todavía tienen algún respiro en los años cincuenta ya que se consume bastante carne de caballo y se pueden criar animales para la "balanza" como nos cuenta Francisco Hernández:

Mi padre, lo que tiene un poco de auge es comprar caballos y machos para la balanza y (...) aquí lo que una vez terminó lo agrícola se dio mucho el comprar caballos para matar para carne, pero carnicería no tenía ningún gitano...

La venta al lote

La vida rural a la que los gitanos tienen tanto apego se va quedando atrás y como otros tantos españoles, los calós forman parte del paisaje en el extrarradio de las ciudades ubicándose como pueden en carros, chabolas y viviendas de autoconstrucción.

A partir de ese momento, la venta ambulante, que las gitanas practicaban con éxito como complemento familiar, se va a convertir en la actividad principal de hombres y mujeres. El caso valenciano tiene como elemento específico la larga permanencia de la huerta que permite trabajo durante gran parte del año en los pueblos cercanos a Valencia (y aún en ésta hasta inicios de los ochenta), pero para los gitanos urbanitas la venta ambulante se va a convertir en la actividad principal.

(...) Mi madre siguiendo la tradición familiar, pues va a vender por los pueblos, con un fardo. Mi madre se buscó una serie de clientela ya que en aquel entonces se usaba mucho por los pueblos sobre todo hacer los ajuares de las mujeres y mi madre pues les proporcionaba pues tela blanca, cubres, mantelerías, todo ese tipo de venta que se hacía en aquel entonces (Fco. Hernández, entrevista del 7/11/1995)

Este tipo de venta se denominaba de forma genérica "al lote", aunque ésta no fuera en realidad más que una modalidad de venta entre otras diversas; pero el término tuvo fortuna y podemos decir que ha pervivido hasta hoy siendo sinónimo de "venta a puerta fría". Había una diferenciación del producto según quien realizara la venta, las mujeres vendían a mujeres, los varones a varones. Por lo tanto, eran diferentes los productos.

En el caso de las mujeres, ya lo hemos visto: ropa de ajuar (mantelerías, colchas, trapos de cocina, pañuelos...) pero también prendas de vestir (suéter, mantones, delantales, etc.); más tarde,

algunos productos de limpieza o alimentación (como *arrop i tajaetes* en el caso valenciano), hasta los años sesenta envueltos en fardos, y a partir de entonces, en carros de compra y bolsas.

Los hombres vendían todo tipo de complementos y, muchas veces, de mayor precio que aquellos de las mujeres: relojes, estilográficas, gafas, corbatas y cuando se podía, con maleta. Si no había posibles, un fardo o un paquete de estraza. Esto queda muy bien reflejado en todas las fotografías de la época.

La venta ambulante muchas veces era realizada en grupo, por lo menos el viaje de ida y vuelta si se salía de la localidad y también la comida de mediodía, aunque luego la venta *a puerta fría* se realizara individualmente. En ocasiones, las ganancias se repartían a partes iguales dentro de la misma familia y siempre –por lo que nosotros sabemos– se realizaba sin ningún tipo de cortapisas. Cada uno vendía donde le placía, sin territorialidad ni privilegios. En las ciudades la oportunidad estaba –y está– en la gran cantidad de habitantes y se recurría tanto a los domicilios particulares de fincas como a los bares y bajos comerciales. En los pueblos el quid estaba en la ausencia de comercios y el desabastecimiento de la población. Explicado en boca de una de las protagonistas de nuestra historia:

El tío Manuel, el de la tía Elvira, el tío Manuel, el yerno del Agustín el Tapa (el que estaba casao con la hija mayor, (..) con la Elvira). Luego iba también con el tío Calores, iban juntos. Iban un montón de gitanos y hacían buenas jojanas. (Amalia Bustamante, 12/11/2003)

Eso, bajaba uno del coche y decía: Bueno, yo aquí; tú a esta parte; tú a ésta, y tú en aquélla, y ja ver el señor la suerte que nos da a cada uno de ganarnos las perras!

A lo mejor iban tres o cuatro miembros de la familia y lo que había, pues se compartía. Yo he ganao tanto y tu has ganao tanto y se repartía el dinero. Pero no había (caso) de decir esto es mío o aquello es tuyo. A no ser clientes que los tienes muy marcaos.

También tenían gente con clientela... Eso es. A no ser ya gente que ya no es que tú te la miraras es que esa gente no le compraba a nadie. (Amalia Bustamante, 12/11/2003)



– La venta ambulante muchas veces era realizada en grupo, por lo menos el viaje de ida y vuelta si se salía de la localidad y también la comida de mediodía, aunque luego la venta a puerta fría se realizara individualmente

Las compras a los proveedores se realizaban en los almacenes mayoristas, en Valencia desde los años cincuenta en los comercios adyacentes a la plaza del Mercado y la plaza de la Merced, salvo si eran grandes compras en cuyo caso se recurría a comprar en otras capitales como Barcelona o Granada, etc. Se buscaba, en estos casos, además del factor precio, la especialización, el vender género poco o nada visto y que no llevara nadie del entorno. En general, había cambiado poco la distribución en los negocios mayoristas hasta hace apenas quince años en que los bazares orientales han irrumpido e interrumpido una estructura casi familiar, y si bien ha pasado mucho tiempo para que sean los mismos individuos los que regentaban dichos locales en los años sesenta, sí en algún caso se trata de los herederos.

Comprar barato y vender caro

Una vez le pregunté a un gitano viejo cuál era el secreto de ser un buen vendedor; la respuesta, con esa filosofía de la simplicidad de la que sólo hacen gala los niños y los viejos fue: "No hay mayor secreto que comprar barato y vender caro".

En realidad, la venta "al lote" tiene bastantes más secretos: saber escuchar, ver la oportunidad en las compras, saber alabar al comprador para venderle mejor, conocer qué género tendrá más introducción en el mercado, conocer sus necesidades, mantener una clientela, en fin, todo el bagaje que conlleva la práctica de una profesión.

La forma más barata de comprar es "de pachana", término procedente del romanó (pacavno: fiel) que –aunque caído en desuso– aún se escucha en alguna ocasión. Comprar de pachana es comprar fiado, sinónimo incluso de comprar gratis, por nada. Restos de almacén, género de una tienda que quiebra, prendas con tara. Hay que saber buscar la oportunidad. Como es obvio, comprar de pachana no es fácil. Y para el que así vende, hay escasas posibilidades de cobrar la mercancía

Las mejores ventas son aquellas en las que el margen es mucho mayor del que cabría esperar, para ello hay que sobrevalorar el producto. Estas son las *jujanas* (del romanó *xoxanav*: mentir), al límite muchas veces de la estafa. Más famosas que frecuentes, eran sobre todo propias de los años cincuenta y sesenta.

¡Ganabas muchos billetes! ¿Eh?

Que si ganaba billetes...

¡Cuenta la jojana que hiciste en el convento con la (tela de) retorta, eh!

Entre estos dos extremos se encuentra la venta habitual, la realizada cotidianamente a una clientela fija, a la que hay que mimar y visitar con frecuencia para no perderla. La situación ideal pasa también por "tener la exclusiva", es decir, ser el único en tener la distribución de un producto "estrella", por ser éste un resto de temporada o un producto con tara de una firma importante. En este caso, se elimina gran parte de la competencia que, como en todos los negocios, es uno de los handicap más importantes.

En el desarrollismo de los setenta aquel que tuvo la oportunidad de conseguir los permisos se introdujo en los mercadillos ambulantes, que en realidad eran mercados fijos y en días marcados de la semana, con lo cual cambiaba la estrategia de venta.



– En el desarrollismo de los setenta aquel que tuvo la oportunidad de conseguir los permisos se introdujo en los mercadillos ambulantes, que en realidad eran mercados fijos

Y la mayoría de ellos se dedicaban a la venta ambulante, pero entiéndase venta ambulante con un fardo (...). Los hombres lo hacían más sofisticado: llevaban una cartera y en la cartera llevaban cinco o seis piezas concretas. Ese ha sido el modo de vida más genuino. Ahora nos han dicho que la venta ambulante son los mercaos. Y nosotros entendíamos que la venta ambulante –tal y como entendemos la palabra– era ir ambulante, por donde querías, no ubicada en un sitio como hoy nos han obligado a estar. Hoy nos han puesto el remoque de que lo que nosotros entendíamos por venta ambulante es "el pirata" (..) y ahora la venta ambulante tiene que ser en mercao (...). Pero si cada día tengo un puesto fijo en un mercao, que si no tengo las licencias, que si no tengo los tributos que se me exigen, que si no tengo todos los formulismos sociales no puedo parar; entonces –para mí– entiendo que eso no es ambulante. (Francisco Hernández, 7/11/1995)

A veces dicha venta se realizaba por las tardes, a la manera tradicional, y complementaba los ingresos de otras ocupaciones. Para el que nunca consiguió permisos de mercado siguió siendo la tónica de venta habitual hasta nuestros días, normalmente en alternancia con otras ocupaciones, pero sin variar en esencia. En la actualidad, es una actividad minoritaria entre los gitanos, normalmente realizada sólo a tiempo parcial y que sufre una fuerte competencia por parte de la población inmigrante. Habrá que esperar unos años para ver si sufre el mismo declive que la venta en mercadillos o si la futura crisis aboca a muchos gitanos a salir a la calle maleta en mano a practicar el oficio de sus padres y abuelos.

■ Juan Carlos Barranco.