

**LOS GITANOS Y LA VENTA AMBULANTE.
UNA ECONOMÍA ÉTNICA SINGULAR.**

Ignacio R. Mena Cabezas.
Universidad Pablo de Olavide



El Centro de Estudios Andaluces es una entidad de carácter científico y cultural, sin ánimo de lucro, adscrita a la Consejería de la Presidencia de la Junta de Andalucía.

El objetivo esencial de esta institución es fomentar cuantitativa y cualitativamente una línea de estudios e investigaciones científicas que contribuyan a un más preciso y detallado conocimiento de Andalucía, y difundir sus resultados a través de varias líneas estratégicas.

El Centro de Estudios Andaluces desea generar un marco estable de relaciones con la comunidad científica e intelectual y con movimientos culturales en Andalucía desde el que crear verdaderos canales de comunicación para dar cobertura a las inquietudes intelectuales y culturales.

Ninguna parte ni la totalidad de este documento puede ser reproducida, grabada o transmitida en forma alguna ni por cualquier procedimiento, ya sea electrónico, mecánico, reprografito, magnética o cualquier otro, sin autorización previa y por escrito de la Fundación Centro de Estudios Andaluces.

Las opiniones publicadas por los autores en esta colección son de su exclusiva responsabilidad

© 2007. Fundación Centro de Estudios Andaluces

Depósito Legal: SE-6402-07

ISBN: 978-84-690-9443-3

Prohibida su venta.



RESUMEN.

Desde el ámbito científico de la economía étnica se están desarrollando numerosos y originales planteamientos epistemológicos y metodológicos para comprender la pluralidad y complejidad de las estrategias laborales y emprendedoras de las minorías étnicas y de los colectivos inmigrantes. Desde una definición amplia de esta perspectiva se analiza la actividad económica fundamental de los gitanos en nuestro país: la venta ambulante en mercadillos. El comercio ambulante, como economía étnica singular, constituye un conjunto de estrategias y variedades comerciales claramente vinculados a factores históricos, étnicos, estructurales y políticos. Frente a la imagen estereotipada de prácticas marginales, informales y atrasadas, la realidad del comercio no sedentario es mucho más compleja y dinámica. De hecho, algunos vendedores gitanos logran cierto estatus, integración y movilidad social. Nuestra investigación profundiza en los rasgos del autoempleo comercial ambulante de los gitanos y discute la visión superficial del fenómeno como recurso meramente marginal y preindustrial. Aunque en la actualidad han aparecido una serie de factores que están alterando y provocando crisis y reajustes en el sector, la venta ambulante sigue mostrando la adaptabilidad y vitalidad que históricamente la han caracterizado.

PALABRAS CLAVE: ECONOMÍA ÉTNICA, GITANOS, COMERCIO AMBULANTE, MERCADILLOS MUNICIPALES, MINORÍAS ÉTNICAS.

GYPSIES AND TRAVELLING SALE. A SINGULAR ETHNIC ECONOMY.

ABSTRACT.

From the scientific sphere of the ethnic economy different and original epistemological and methodological approaches are being raised to understand plurality and complexity of the labor and enterprising strategies among ethnic minorities and immigrant groups. From a wider definition of this outlook the most relevant economic activity of gypsies is analysed: the travelling sale in flea markets. This type of selling as a singular ethnic economy accounts for a whole set of commercial strategies and varieties clearly linked to historical, ethnic, structural and political factors. In opposition to the stereotyped image of this activity as marginal, informal and old-fashioned, the reality of non-sedentary commerce is much more complex and dynamic. In fact, some gypsy sellers achieve a specific status, integration and social mobility. The present research deepens in the features of the gypsies travelling commercial self-employment and discuss the simple picture of the phenomenon as a merely marginal and pre-industrial resource. Although some factors recently appeared are modifying and provoking crisis and readjustments in this sector, the travelling sale is showing the adaptability and vitality which have defined it.

KEY WORDS: ETHNIC ECONOMY, GYPSIES, TRAVELLING SALE, TOWN FLEA MARKETS, ETHNIC MINORITIES

LOS GITANOS Y LA VENTA AMBULANTE. UNA ECONOMÍA ÉTNICA SINGULAR.

1. Introducción. La economía étnica a debate¹.

Desde finales del siglo pasado asistimos a una considerable producción científica que ha enfatizado el rol del empresariado étnico como estrategia fundamental de movilidad social en el capitalismo postindustrial. Al mismo tiempo, los cambios socioeconómicos acaecidos a nivel mundial en las últimas décadas, han supuesto la transformación y adaptación de los principios económicos tradicionales en contextos capitalistas transnacionales. La pervivencia de ocupaciones tradicionales junto al papel de formas no capitalistas en la propia dinámica de desarrollo y extensión de la lógica capitalista han sido ya destacadas por diversos autores. La hegemonía del sistema mundial capitalista no ha implicado la uniformidad y homogeneidad de los sistemas socioeconómicos, dado que precisamente el capitalismo convive y se expande con otros sistemas alternativos, subalternos o marginales, que generan peculiares síntesis locales de viejas y modernas formas socioeconómicas (Comas, 1998; Cucó, 2004). Las culturas no son pues esencias estáticas y pasivas sino procesos dinámicos más amplios donde convergen elementos estructurales, prácticas y acciones grupales, como apuntarían autores tan diversos como Sahlins, Bourdieu, Godelier, Wolf o García Canclini, por citar sólo a algunos. Los grupos sociales instrumentalizan sus elementos culturales disponibles, reaccionan a las fuerzas económicas y políticas, se resisten y adaptan sus intereses en relación con los contextos globales y las circunstancias locales: “Dentro de la rudeza de la interacción social, los grupos explotan las ambigüedades de las formas heredadas y les dan nuevas evaluaciones y valencias; toman prestadas formas que expresan mejor sus intereses, o bien crean formas totalmente nuevas” (Wolf, 1987: 467).

Las crisis del capitalismo tardío, la reestructuración económica consiguiente que llevó a la transformación del tejido industrial y a la reconversión de enormes masas de trabajadores asalariados y los cambios en los flujos de inmigrantes², llevaron a que las opciones emprendedoras constituyeran alternativas viables en los contextos coyunturales del proceso dinámico de integración-marginación de las minorías étnicas en las sociedades occidentales. Por otro lado, la actividad empresarial supone un conjunto heterogéneo e impreciso de funciones y actividades cuyo rasgo característico común es la independencia de la economía asalariada general. El propio concepto de empresariado ha ido evolucionando desde las definiciones clásicas de Smith o Say como propietario de medios de producción o generador de negocios y capital, a definiciones más modernas que enfatizan funciones y valores de liderazgo, organización, actitud estratégica y decisión para asumir riesgos de autores como Marshall,

¹ El texto es una revisión de una investigación etnográfica sobre gitanos evangélicos de la provincia de Sevilla realizada en periodos intermitentes entre 1998 y 2005 (Cantón, Marcos, Medina y Mena, 2004; Mena, 2006). Aunque el marco teórico y los planteamientos son completamente distintos, muchos de los datos corresponden a los trabajos citados.

² Tras la Segunda Guerra Mundial los movimientos migratorios fueron predominantemente de naturaleza económica y laboral, más o menos voluntarios o inducidos, desde los países de la cuenca mediterránea y los sucesivos países descolonizados hacia Europa Occidental, necesitada de enormes masas de mano de obra o trabajadores invitados, que pese a las restricciones, acabaron asentándose y conformando importantes minorías étnicas. Las migraciones forzadas y desplazamientos, salvo excepciones, se trasladaron a los países más pobres. Tras la crisis del petróleo, la mayoría de países occidentales limitaron los flujos de inmigrantes. En la actualidad las migraciones se han convertido en un fenómeno global, caracterizado por el incremento, ampliación y diversificación de las redes migratorias (Blanco, 2000)

Knight y Schumpeter (Andrade, 2005: 258). En el caso de los empresarios étnicos los valores de autonomía, innovación y asunción de riesgos se implementan con márgenes de utilidad o beneficios más estrechos, además: “los medios de producción controlados no son siempre materiales, tales como son el conocimiento, unas habilidades concretas o bien el recurso que ofrece las redes de intercambio de información” (Beltrán, Oso y Ribas, 2007: 23). No obstante, la propia figura de emprendedor y empresario étnico puede ser vista como una consecuencia de la flexibilización y segmentación de los mercados laborales. Lejos de ser una iniciativa libre e igualitaria, las estrategias de autoempleo serían una respuesta a la pérdida de la condición de asalariados, la descomposición de políticas estables de bienestar y la normalización del empleo precario.

El interés por este fenómeno social tuvo sus orígenes en el mundo anglosajón. El considerable incremento de los pequeños empresarios entre la población inmigrante asiática e hispana en Estados Unidos estimuló el debate sobre las correlaciones entre factores étnicos y económicos. Los investigadores norteamericanos y europeos desarrollaron desde los años setenta del siglo pasado trabajos específicos centrados en las actividades económicas y en los roles y redes sociales (recursos étnicos) de los pequeños empresarios inmigrantes de las economías urbanas postindustriales (Light, 1972; Light y Bonacich, 1988; Bonacich, 1973; Wilson y Portes, 1980; Portes y Stephick, 1994; Rath y Kloosterman, 2000; Waldinger, 1990, entre otros). Es, pues, a partir de la existencia de ese interés teórico internacional y el esfuerzo investigador nacional donde situamos esta modesta contribución para repensar desde esta perspectiva epistemológica y metodológica las actividades económicas gitanas. Por supuesto, resulta absolutamente necesario contar con las investigaciones sobre colectivos romaníes de autores como Salo, Okely, Gmelch, Sway, Reyniers, San Román, Gamella, entre otros.

En los últimos años han aparecido en España numerosas y novedosas investigaciones sobre economía y empresariado étnico. El espectacular incremento que la población inmigrante ha experimentado en nuestro país en apenas una década (en 1.998 la población extranjera era de 637.085 personas, el 1.62% de la población; en 2.006 asciende a 4.144.166, el 9.31% de la población, con una media del 26% de incremento anual, pero lo más significativo para el tema de la economía étnica es que se ha pasado del 10% al 20% de inmigrantes inscritos como trabajadores autónomos o por cuenta propia en el régimen de la seguridad social); así como la existencia de una amplia literatura internacional y el debate teórico consiguiente estimularon las investigaciones nacionales. Aunque de manera un tanto retórica se habla de minorías étnicas la mayoría de los trabajos se han centrado en grupos inmigrantes. A este respecto resulta ilustrativo la reflexión de los editores y autores del trabajo introductorio de la obra El empresariado étnico en España: “A pesar de que el concepto de empresariado étnico no esté ausente de críticas por sus propias connotaciones etnocéntricas, hemos optado por él. Puesto que, a diferencia del término empresariado inmigrante, nos permite incluir el dinamismo de los empresarios gitanos, tan importante a considerar en esta temática (aunque al final no tuviésemos ninguna contribución que lo comprobase). Concepto controvertido, el de empresariado étnico, puesto que si de etnia y de empresarios se trata nos podríamos preguntar ¿por qué sólo estudiar las etnias minoritarias (gitanos e inmigrantes) y no también a la(s) mayoritaria(s)? Otro argumento que se puede esgrimir es que un número considerable de empresarios de origen extranjero ha dejado de pertenecer a la categoría administrativa de inmigrante porque se ha nacionalizado o naturalizado español” (Beltrán, Oso y Ribas, 2007: 15). En la misma línea advierten de la simplificación y error que supone asociar la economía étnica al mero comercio y empresas de productos exóticos o étnicos, o a los negocios para clientes

coétnicos, dado que la mayoría de las actividades económicas están destinadas e incardinadas en la economía y sociedad mayoritaria

Por el contrario, en otro reciente y paralelo trabajo El empresariado inmigrante en España de Carlota Solé, Sonia Parella y Leonardo Cavalcanti (2007), opta por una definición más restringida del término étnico, siguiendo a Ma Mung (1992), dichos autores focalizan su uso a las actividades empresariales desarrolladas por determinados grupos étnicos inmigrantes, que utilizan recursos de solidaridad étnica, constituyen empresas de tipo familiar, reclutan mano de obra y suministran y producen con el fin de satisfacer necesidades de su propios connacionales. La identidad étnica (por lo demás bastante compleja y problemática) orientaría a los empresarios y a los trabajadores hacia el grupo de pertenencia, condicionando el mercado de trabajo, los tipos de inserción laboral y los espacios de residencia. Por lo demás: “nuestro intento de definición del empresariado étnico responde a cuatro motivos principales: (a) la necesidad de considerar la complejidad de la cualificación de lo étnico (en contraste con lo autóctono, la extranjería, las identidades nacionales); (b) valorar cómo los recursos étnicos pueden ser complementarios de los recursos de clase; (c) perseguir un análisis crítico de sus atribuciones como “de refugio y supervivencia”; y (d) ir más allá de la consideración exótica de sus productos y del servicio a la clientela coétnica” (Solé, Parella y Cavalcanti, 2007: 12).

En cambio, desde nuestra perspectiva, el concepto de economía étnica debe abarcar el conjunto de sistemas, procesos, instituciones, dispositivos y representaciones de la producción, distribución y/o consumo de bienes o servicios y en donde algunos rasgos o elementos centrales estén directamente vinculados a factores culturales o étnicos. Se trata de una definición amplia que trata de integrar diferentes ámbitos y perspectivas. Según nuestra propuesta, (sin ánimo de entrar en una polémica terminológica bizantina), el término no puede reducirse únicamente a los sectores inmigrantes autoempleados, ni a los roles emprendedores o empresariales autónomos, ni a la segmentación o división del mercado de trabajo en relación a la reciente inmigración, sino que comprendería todas las actividades económicas y laborales que mantienen rasgos específicos y diferenciales debido a la influencia y presencia mayoritaria de minorías étnicas en la producción y/o distribución y/o consumo de bienes y servicios.

Pretendemos considerar al comercio ambulante entre los gitanos como un caso singular del complejo y dinámico fenómeno de las economías étnicas³. Aunque la mayoría de los estudios sobre enclaves y economías étnicas en España han tomado a los inmigrantes como principal referente empírico, consideramos que la conceptualización étnica de las actividades económicas gitanas resulta totalmente adecuada y nos permitiría abrir el debate científico a la principal minoría étnica del país, evitando otra nueva exclusión (en este caso epistemológica) al colectivo. Por otro lado, la mayoría de las propuestas teóricas sobre la definición del empresariado étnico postulan la independencia económica de los colectivos inmigrantes y de las minorías étnicas como estrategia fundamental y omnipresente frente a la exclusión y las desventajas de un mercado laboral cada vez más globalizado y segmentado.

³ Quede claro que nos referimos al subsector de la venta en mercadillos reglada. Un sentido bien distinto está desarrollándose en la venta callejera informal, escenario liminal para la supervivencia y las mafias de la inmigración más recientes o para la compra-venta de objetos robados. Parece, pues, que, en la medida en que los mercadillos se regulan y legitiman, la marginalidad y precariedad se traslada a la venta callejera más informal. Sin embargo, esta distinción necesaria entre estas dos formas de comercio ambulante, no parece ser percibida y entendida por muchas administraciones e instituciones.

Precisamente, el empresariado étnico, en su sentido amplio, abarcaría “aquel conjunto de actividades empresariales realizadas por personas pertenecientes a grupos étnicos, de origen migrante o no, y con una significativa, aunque no absoluta, dependencia del capital social proporcionado por los recursos étnicos. Entre éstos recursos podemos señalar: el valor de la lealtad y la confianza, los lazos de solidaridad y reciprocidad, el empleo de coétnicos, la ayuda familiar, las facilidades de préstamo de dinero por parte de familiares, amigos y vecinos, la socialización étnica y lingüística en determinados valores y actitudes, así como el peso que juegan las tradiciones y estrategias económicas étnicas” (Beltrán, Oso y Ribas, 2007: 27). Reconocer en esta definición los rasgos de la principal ocupación gitana en la actualidad resulta a todas luces evidente.

En efecto, la venta ambulante ha sido, y sigue siendo, una forma peculiar de resistencia a la asimilación y de pervivencia de modos de vida tradicionales. En el caso de los gitanos, la venta supone además: “la más duradera, estable, adaptativa y versátil de todas las ocupaciones” (San Román, 1997: 212). Y aunque se trata de una ocupación que ni histórica ni actualmente puede considerarse exclusiva de los colectivos romaníes si ha tenido cierta continuidad. La independencia, flexibilidad y movilidad del comercio ambulante han sido asumidas como elementos afines y característicos de la cultura gitana. Esos mismos rasgos los podemos encontrar en otros oficios tradicionalmente ejercidos por gitanos pero que hoy están cayendo en el olvido: músicos y artistas, tratantes y chalanos de ganado, artesanos metalúrgicos, chatarreros, traperos, esquiladores, etc. La venta ambulante articula factores y circunstancias propias de la economía étnica: facilidad inicial de acceso a la profesión ya sea en sus variantes formal, informal o ilegal (aunque resulte controvertido), dificultades para acceder al mercado laboral, la escasa cualificación profesional de las minorías, la solidaridad y el papel de las redes familiares: “Si los gitanos desean mantener unas relaciones laborales basadas en la cooperación parental y, al mismo tiempo, quieren evitar ser asalariados, no tendrán más remedio que optar por una fórmula independiente como es la venta ambulante u otras ocupaciones liberales. Esta opción refleja la preferencia por unas relaciones laborales endógenas, ya que se intenta un divorcio con toda dependencia exógena y una predisposición a que la unidad familiar colabore puntualmente en las ocupaciones de sus componentes” (Torres et al. 2001: 17)

Por todo ello, aunque el mismo concepto de economía étnica pueda ser debatido y, sin duda, no está al margen de las críticas por su carácter etnocéntrico e ideológico, su utilización científica a nivel bibliográfico internacional se ha extendido para incluir todas las modalidades emprendedoras de las minorías étnicas, sin diferenciación, que tengan como estrategias fundamentales: la solidaridad interna como elemento crucial en la incorporación al mercado de trabajo, las redes sociales de reciprocidad como ventaja competitiva ante las limitadas oportunidades del entorno, el establecimiento de nichos laborales más o menos nítidos, las iniciativas económicas de autodefensa o resistencia étnicas frente a la exclusión, la independencia del trabajo asalariado y las alternativas disponibles a las exigencias de cualificación regladas. En definitiva: “las economías étnicas permiten a los inmigrantes y a las minorías étnicas superar las desventajas y la exclusión, negociando los términos de su participación en el mercado laboral de la sociedad general desde una posición de fuerza relativa” (Light, 2007: 41).

Precisamente, Ángeles Arjona y Juan Carlos Checa (2006a) han tratado de poner orden a la pluralidad de sentidos teóricos y a las fragmentarias referencias empíricas que los diferentes

estudios sobre economía étnica han ido publicándose en las últimas décadas, sintetizando algunos conceptos fundamentales. Por minorías intermedias suele entenderse el autoempleo de empresas familiares ubicadas en barrios marginales, fundamentalmente en el sector servicios, ocupando los nichos laborales y negocios abandonados por la población mayoritaria. Se caracterizan por la escasa interacción, incluso el antagonismo, con la comunidad en donde se instalan. Los empresarios de enclave suelen establecerse en barrios donde la presencia de coétnicos es mayoritaria, de tal modo que la autosuficiencia económica y la solidaridad interna constituyen sus rasgos fundamentales. La economía de enclave hace alusión al empleo y ubicación que las minorías empresarias crean para sí mismas y en cuya área suele producirse cierta revitalización identitaria. Otra cuestión es considerar, además de generar una interesante polémica, si la delimitación geográfica y la estructura de oportunidades de la concentración de coétnicos del enclave, permite o retrasa la movilidad social y los beneficios económicos de la minoría. Por último, la economía étnica constituye el conjunto de empleos que las minorías crean para sí mismas frente a la economía y mercado de trabajo general. La segmentación del mercado laboral obliga a la búsqueda de estrategias económicas basadas en la independencia, total o parcial, y en las redes sociales como autodefensa frente a la exclusión en unos casos, o en otros, la participación y competencia en la economía general desde diferentes niveles de integración. Por otro lado, la escasa alusión al régimen de propiedad de los negocios obliga a la precisión entre economía de propiedad étnica y economía étnicamente controlada donde las minorías e inmigrantes cuentan con cierta capacidad para tomar decisiones en las relaciones laborales, los lugares de trabajo, la ocupación y los poderes (Light, 2007: 41-42).

2. El comercio ambulante como economía étnica.

Como ya hemos comentado con anterioridad, desde nuestra perspectiva, la economía étnica es definida en un sentido amplio, y aunque reconocemos que los matices anteriores son muy necesarios en contextos más complejos y duraderos, en la realidad española, y andaluza en particular, dado el carácter incipiente de la inmigración y la escasez de estudios, nos obliga a ser cautos. Por otro lado, consideramos la necesidad de ampliar la red conceptual del término a la principal minoría histórica del país antes de caer en su encasillamiento a los diferentes grupos de inmigrantes recientes. Más interesante nos parece profundizar en los diferentes procesos donde la actividad económica étnica se desarrolla, es decir, los sectores formal, informal o ilegal de las actividades. Algo que para el tema del comercio ambulante será fundamental. En concreto, en la venta ambulante convergen diferentes modalidades de venta no sedentaria, en donde las vinculaciones con la actividad empresarial, propiamente dicha, pueden ser muy limitadas o nulas, dado que en muchos casos se trata de alternativas informales, delictivas o simplemente de supervivencia más o menos temporal. Por ello, la venta ambulante en mercadillos, la principal actividad gitana, debe diferenciarse de la venta callejera. Aunque es cierto que los gitanos también practican la venta callejera, sobre todo por mujeres en los alrededores de los mercados y calles comerciales, es una estrategia que cada vez más está siendo asumida por inmigrantes no regularizados. Mientras que la primera constituye una modalidad de venta reglada y regulada, con espacios y tiempos delimitados, que suele utilizar medios de transporte⁴, generando una especialización de productos e itinerarios. La venta callejera es una venta más precaria y más informal, generalmente asumida como alternativa de

⁴ La interrelación entre familia, furgoneta y venta ambulante, se convierte en un complejo y unitario modo de vida entre los gitanos. La furgoneta es medio de transporte, almacén, puesto de venta, guardería, dormitorio coyuntural y hogar.

supervivencia o bien como actividad complementaria y estacional de otra principal y que posibilita la autoproducción artesanal o la distribución ilegal de mercancías (Molina y Díaz, 2007: 182-187).

En definitiva, podemos considerar al empresariado ambulante gitano como una estrategia de respuesta ante la discriminación que se sufre en el mercado de trabajo normalizado. Pero dicha respuesta no es pasiva. El trabajo como ambulante les ofrece una vida autónoma que les permite seguir desarrollando sus redes sociales y familiares. Como es natural no disponemos de estadísticas fiables sobre el peso del empresariado étnico entre los gitanos. Los datos que disponemos proceden de diversas investigaciones etnográficas y de la encuesta sobre el total de población ocupada gitana del reciente estudio de la Fundación Secretariado General Gitano. Dichas fuentes, como nuestro propio trabajo etnográfico, muestran claras tendencias por la venta ambulante. Profundizar desde el punto de vista cuantitativo y cualitativo en esta realidad social es uno de los objetivos de este trabajo. Veamos los datos comparativos a nivel nacional y en la provincia de Sevilla.

Tabla 1. Actividad económica principal de la población gitana ocupada.

Empleos Principales	Porcentajes
Venta Ambulante	39 %
Empleadas de Hogar y Limpieza	10 ' 9%
Construcción	9 ' 6%
Temporeros agrícolas	8 ' 8%
Chatarreros y otros	4 ' 5%
Mediador intercultural y ONG ' S	4 ' 2%
Administración Pública	3 ' 2%
Hostelería	2 ' 8%

Fuente: (FSG, 2006:82).

Tabla 2. Ocupaciones preferentes.

Ocupación Preferente	Porcentajes
Venta Ambulante reglada en mercadillos municipales	33
Venta Ambulante no reglada	21
Asalariados Estables	6
Temporeros agrícolas	13
Economía informal	10
Desempleados	11
Otros	6

Fuente: Elaboración propia a partir de investigación etnográfica en población gitana de la provincia de Sevilla (Mena, 2006).

En lo que se refiere a nuestra investigación, hemos considerado que las estrategias productivas de las unidades domésticas gitanas suelen ser diversas, cambiantes y adaptativas. En muchos casos, se alterna el trabajo como temporero agrícola con la venta ambulante y el acceso a prestaciones sociales. La venta ambulante reglada es una situación privilegiada relacionada con cierta prosperidad económica pero, a la vez, representa una carga al requerir varias licencias administrativas y legales y estar muy limitados los puestos en los mercados municipales. El ideal regulativo que se mantiene o postula sigue siendo la forma tradicional ocupacional de trabajo autónomo y de cooperación de toda la unidad doméstica, el mismo ideal que posibilita la diversificación y la adaptabilidad de estrategias según la coyuntura económica y el acceso a posibles y estimadas prestaciones sociales.

La tabla anterior refleja la actividad principal familiar, en relación tanto a los ingresos anuales como a los de mayor dedicación temporal. Pese a las limitaciones de la muestra, más de la mitad de los informantes se dedican a la venta ambulante. De éstos, la mayoría cuenta con licencias y permisos fiscales, administrativos y municipales, aunque otros siguen optando por la venta ambulante no reglada o, parcial o temporalmente, reglada (en las proximidades de los mercadillos, en determinadas calles populosas o en furgonetas que recorren pueblos), pese al riesgo real de la pérdida y decomiso de la mercancía al que se enfrentan. La venta ambulante es una ocupación que necesita de una fuerte inversión de capital (en géneros, furgonetas, licencias, tenderetes, etc) y experiencia. Además, requiere movilizar contactos, alianzas familiares y responsabilidades. Pese a la existencia de una amplia gradación de ingresos entre los que se dedican a la venta ambulante, en razón al número de mercados, la posición estratégica de los puestos, la oportunidad de la inversión, la actualidad relativa de las mercancías, las inclemencias del tiempo, etc., esta ocupación suele traer consigo cierta prosperidad económica y prestigio

social. Otros, en cambio, sin capacidad de “emplear mucho género”, ni regularizar posiciones y mercados, necesitan cambiar a menudo de géneros y mercados. Suelen ser éstos últimos los que alternan la venta ambulante y los trabajos agrícolas, según la coyuntura económica familiar y estacional.

La siguiente ocupación en orden de importancia, aproximadamente un trece por ciento, es la de temporeros agrícolas (aceitunas, fresas, naranjas, patatas, etc.). Tanto la movilización de toda la familia como la disponibilidad para el desplazamiento a localidades lejanas del domicilio en cortos períodos temporales, suponen una estrategia económicamente rentable. Ello les permite compartir gastos, ahorrar determinadas cantidades hasta la próxima salida estacional, y la posibilidad de reunir “jornadas” para las prestaciones sociales. Le siguen en importancia la economía informal (chatarras, cartones, cobre) y el desempleo, con valores en torno al diez por cien cada uno. Una minoría, apenas el seis por cien, son asalariados estables. En el capítulo de “otros” podemos incluir anticuarios, artistas flamencos, feriantes, loteros, con porcentajes de presencia sólo testimonial.

La investigación empírica anterior sobre el sistema ocupacional gitano nos remite ineludiblemente a los análisis teóricos sobre las actividades económicas de las minorías étnicas. Precisamente, Ángeles Arjona y Juan Carlos Checa (2006a) han sintetizado cuatro perspectivas básicas en los estudios sobre la economía étnica.

- En primer lugar, la orientación culturalista sostiene que determinadas minorías cuentan con singulares características culturales que explicarían tanto la afinidad opcional en determinadas ocupaciones como los diferentes modos de incorporación laboral. Las iniciativas empresariales étnicas se crearían como respuesta cultural a un mercado de trabajo segmentado y hostil. Es decir, la exclusión del mercado de trabajo general obliga a las minorías al autoempleo. Ello activaría la solidaridad étnica y la autoexplotación de familiares y coétnicos como recursos preferentes.
- Por su parte, la perspectiva ecológica, heredera en parte de las investigaciones de la escuela de Chicago, subraya el papel de ocupación, competencia y control del espacio económico y social por parte de las minorías e inmigrantes. Los negocios étnicos aparecen como nichos laborales en espacios que han sido abandonados por la población mayoritaria y autóctona. La sucesión en la propiedad de los negocios menos rentables y la colonización de áreas residenciales paulatinamente abandonadas por los autóctonos produce una recomposición del paisaje urbano y una demanda de productos y servicios que les hace competitivos y rentables.
- En tercer lugar, se encontraría la perspectiva denominada interactiva, que trata de conjugar los postulados economicistas con los recursos internos de la población étnica. Parte de la existencia de una interconexión entre las condiciones del mercado y las respuestas de los grupos. El bloqueo de oportunidades y la segmentación laboral generan estrategias informales y de autoempleo que permiten revitalizar y reactivar sectores necesarios para solucionar las necesidades de de la población étnica. Los negocios étnicos proliferan y se mantienen por las condiciones del mercado, el acceso a la propiedad, los factores de predisposición y la movilización de recursos. Esta perspectiva cuenta con gran aceptación en el marco anglosajón pero al infravalorar los contextos jurídicos e institucionales de la actividad empresarial ha tenido escaso seguimiento en Europa.
- Frente a la teoría interactiva la perspectiva de la incrustación social recupera el papel de los regímenes normativos junto a la demanda propia de los consumidores. Si en los

modelos americanos la economía étnica dependía de la interacción entre las demandas de los consumidores y la oferta de los grupos, en el ámbito europeo la economía étnica se aborda desde la estructura socioeconómica y jurídica que la regula, es decir, la interacción entre los que los grupos minoritarios o inmigrantes pueden ofrecer y lo que les está permitido que ofrezcan. De ahí la necesidad de estudiar las diferentes formas de incrustación de las minorías en los países europeos. El caso español se caracterizaría por una sucesiva, fragmentada y compleja red de trabas administrativas en un contexto económico general de elevada tasa de desempleo, empleo precario y temporal, fuertes diferencias regionales, desequilibrios macro económicos estructurales y porcentajes altos de economía sumergida.

Al mismo tiempo, Beltrán, Oso y Ribas (2007) en su ya referido estudio introductorio sobre el empresariado étnico en España, consideran que la producción científica internacional puede sintetizarse en cinco líneas básicas de investigación:

1. La economía étnica es interpretada como estrategia de movilidad social en el capitalismo avanzado de los grupos minoritarios e inmigrantes pero donde es fundamental enfatizar la pervivencia y adaptación de mecanismos tradicionales típicos de formas económicas preindustriales como la reciprocidad. Si bien las teorías de las minorías intermedias⁵ (Bonacich, 1973) suelen ser tomadas como las precedentes en estos estudios otros enfoques buscan enfatizar la articulación y compatibilidad de formas de integración económicas en el desarrollo del capitalismo.
2. Las teorías de los enclaves étnicos analizan la solidaridad interna y las redes sociales como elementos fundamentales de incorporación al mercado laboral. Los propios enclaves étnicos constituirían un modo y motor específico de integración y ascenso social lejos de su consideración inicial como nichos de exclusión y explotación (Wilson y Portes, 1980; Waldinger, 1990).
3. El empresariado étnico es visto desde los procesos globales de reestructuración económica mundial que ha pasado desde modelos fondistas a modelos económicos postfordistas. Es decir, el paulatino descenso de los sectores económicos secundarios o industriales (que tradicionalmente era ocupado por los inmigrantes) a una progresiva terciarización y cualificación en el sector servicios constituiría el elemento central del desarrollo de los negocios étnicos como estrategias de movilidad y reconocimiento social. En el caso concreto de los gitanos, parece evidente que el descenso del número de asalariados tras la crisis económica de los setenta fue progresivamente en aumento y ello fue reactivado posteriormente por la persistencia económica de un elevado grado de precariedad, la falta de programas y políticas de empleo específicas para la minoría, y una deficitaria cualificación del colectivo que limitaba las oportunidades de empleo. En este contexto, el autoempleo y la persistencia de actividades poco reguladas constituyen las únicas vías de movilidad frente a la exclusión y competencia laboral.
4. Las teorías más economicistas ponen su acento en las peculiaridades de la estructura económica y el mercado laboral. La situación de las minorías étnicas sería un producto

⁵ Estas minorías estarían constituidas por empresas familiares asentadas en barrios marginales ocupando las actividades abandonadas por los autóctonos. Dedicadas básicamente al autoempleo y servicios apenas establecen lazos con la comunidad en la que se asientan.

de la posición de inferioridad en el mercado laboral y social. Dicho mercado se encuentra dividido en una serie de segmentos diferenciados y barreras que limitan el acceso a ellos. La segmentación del mercado laboral es un elemento de control y perpetuación de las minoría étnicas. La existencia de un mercado segmentado conduciría a la búsqueda de otro tipo de recursos como el empresariado étnico como vía alternativa de incorporación económica.

5. Los enfoques mixtos tratarían de conjugar factores economicistas y políticos con las características de los grupos étnicos. En este aspecto, el análisis de las redes sociales en contextos políticos nacionales distintos permitiría investigar la articulación procesual y diferencial de los colectivos minoritarios en los diferentes países y segmentos económicos. Las diferentes estrategias por las que las redes sociales emprenden y extienden la economía étnica constituyen formas de adaptación e inserción en ambientes de discriminación, recesión económica y políticas gubernamentales de regulación. Las redes sociales no sólo aportarían ventajas a nivel local sino a nivel transnacional (Light, 2007)

Sin duda alguna, tanto los enfoques anteriores como las consecuencias de la globalización nos obligan a analizar la economía ambulante gitana desde lógicas más amplias y complejas. En efecto, la economía informal constituye un conjunto de actividades no regularizadas y tenidas muy poco en cuenta por las organizaciones empresariales, administrativas y laborales. Hasta hace bien poco ignorada, representa un sector económico más importante de lo que a primera vista parece, posibilitando mecanismos alternativos de reproducción de determinados sectores de la propia economía formal, una economía perfectamente adaptada y articulada a las condiciones del capitalismo (Portes, Castells y Benton, 1989; Pahl, 1991; Martínez Veiga, 1997). Muchos de los productos de los mercadillos han realizado un largo y tortuoso recorrido hasta los potenciales clientes. Los productos orientales buscan adaptarse al consumidor popular occidental en la misma medida que los sistemas arancelarios y proteccionistas filtran la invasión de mercancías orientales. En otros casos, la vitalidad y adaptabilidad de la economía sumergida nacional surte de mercancías al por mayor y a minoristas ambulantes. Al mismo tiempo, los procesos de la economía más informal perviven, se adaptan y transforman en la lógica económica más regulada y formalizada. En este contexto, el marco político-institucional como el español, en general normativamente estricto, puede ejercer diferentes regulaciones e inercias en sectores tradicionalmente asumidos por los comerciantes gitanos ambulantes, como el agroalimentario, el textil, el calzado o la bisutería.

Por todo ello, las perspectivas teóricas anteriormente citadas deben ser puestas a prueba en el contexto del comercio minorista no sedentario español y andaluz. Es decir, deben alumbrar y mostrar su capacidad heurística en relación con las características del sistema ocupacional, comercial y étnico nacional. Y precisamente, la realidad sociocultural española se ha transformado enormemente en apenas dos décadas. De una situación donde los gitanos, con sus propias diferencias internas, suponían la minoría étnica por excelencia, se ha pasado a una realidad multicultural dinámica y en constante revisión. Con la llegada de inmigrantes, primero de una manera pausada y generalmente de origen europeo, y después de manera acelerada y multifocal de magrebies, subsaharianos, europeos del este, asiáticos y latinoamericanos, la realidad social española ha experimentado una considerable transformación. Una parte del empresariado étnico inmigrante se ha introducido de lleno en la venta no sedentaria, tradicionalmente monopolizada por gitanos, así: “al aumentar el desempleo, desfasarse los

salarios y las pensiones respecto al valor real de las cosas, las capas más desfavorecidas de la población mayoritaria han sido expulsadas en cierto modo del sistema laboral mayoritario, relegadas a ocupar zonas económicas marginadas que habían sido el único reducto donde se habían atrincherado los gitanos ante la imposibilidad de competencia con la mayoría” (San Román, 1994: 230). Todos estos procesos ya vividos en el pasado por los gitanos con la población paya más desfavorecida vuelven a reproducirse en la actualidad con los nuevos inmigrantes. Una población creciente desprotegida que acaba compitiendo por los refugios ocupacionales tradicionales gitanos, desde la mendicidad o la venta de flores a la venta ambulante, desde el trabajo de temporeros agrícola al de peones no cualificados. Y aunque no podemos hablar todavía de competencia étnica, el panorama comercial minorista se ha diversificado y especializado.

Pero pasemos a describir los rasgos socioeconómicos centrales de los colectivos gitanos nacionales antes de analizar la singularidad de la economía étnica ambulante. La población gitana española se ha estimado en casi 600.000 personas. Por su parte, en Andalucía su presencia ha sido histórica y culturalmente estimable, concentrándose casi la mitad de los gitanos españoles. Sin embargo, si algo caracteriza a esta minoría es su diversidad interna. Pese a todo, dos son los rasgos que diferencian fundamentalmente a la población gitana sobre el conjunto de la española y, muy especialmente, cuando hablamos de empleo y ocupación: su estructura de edades y los niveles de estudios alcanzados. La pirámide poblacional gitana es mucho más joven que la española y la escasez o bajo nivel de estudios constituye un factor fundamental a la hora de explicar la situación laboral del colectivo. Partiendo de los datos del último Informe de FSG (2006), que trata de ajustarse a los criterios de la Encuesta General de Población Activa del INE, la comparación entre las características de las poblaciones ocupadas de España en general, y gitana en particular, arroja diferencias sustanciales que recogemos resumidas a continuación:

- La vida laboral es más prolongada en la población gitana, destacando como los gitanos se incorporan a la actividad económica a los 16 años y se retiran a los 64, mientras que los españoles lo hacen típicamente entre los 25 y 59 años.
- La incorporación al mercado de trabajo de la población gitana se produce desde edades más tempranas respecto al conjunto nacional.
- Por su parte, la salida o abandono del mercado laboral se produce de manera masiva en la población gitana, ya que las tasas de actividad se mantienen relativamente altas hasta los 60 años, y desciende repentinamente a partir de los 65 años. En cambio, la salida del mercado de trabajo para el conjunto de los españoles se produce de una manera continua y gradual, tal y como refleja el descenso paulatino de la tasa de actividad a partir de los 60 años.
- Las diferencias de edad que se detecta en el proceso de incorporación al mercado de trabajo, estriban en la mayor dedicación que la población española realiza en formación de acceso al empleo, algo que sigue siendo minoritario en la población gitana, a pesar de los esfuerzos y programas específicos de las últimas décadas.
- De igual modo, el desempleo afecta más a la población gitana que a la española, con una tasa global del 13,8% frente al 10,4% de los españoles.
- La ocupación de la población gitana se caracteriza por la precariedad en el empleo.
- Las cifras de los trabajadores fijos por cuenta ajena gitanos son 3,5 veces menores que los mismos en la población española en general. Desde la crisis de los setenta

del pasado siglo se ha producido un descenso progresivo de la entonces denominada proletarización y más tarde población asalariada gitana.

- Al mismo tiempo, casi la mitad de los trabajadores ocupados gitanos son por cuenta propia (un 48,5%), cifra que sólo llega al 18,3% en el resto de la población paga española.
- Entre esos ocupados por cuenta propia de la población gitana, la mitad están en esa situación de “colaboración en la actividad económica familiar”, que parecen apuntar claramente a situaciones poco o mal “normalizadas”.
- Las actividades que generalmente ocupan a los trabajadores gitanos suelen ser marginales y de baja o escasa cualificación, tipológica y eufemísticamente encuadradas en el epígrafe de servicios.
- En cuanto al género, los gitanos describen un comportamiento similar al conjunto del estado español, observando una menor actividad y tasa de empleo en las mujeres. Por el contrario, éstas presentan una mayor tasa de paro, de temporalidad y de jornada a tiempo parcial.
- Por último, sólo el 15% de los trabajadores gitanos se preocupa de tener o mejorar su formación laboral, y esto ocurre más en jóvenes y en mujeres. Entre los parados gitanos, el 72% son analfabetos absolutos o funcionales.

Pese a la claridad y rotundidad de estos datos, el Informe sobre Población Gitana y Empleo también apunta a otros parámetros que pueden resultar esclarecedores para comprender las características económicas de la población gitana española:

a) Precisamente, en las respuestas de los entrevistados habría que resaltar la potencialidad que tiene la población gitana para el mercado laboral. Todos los datos expuestos nos hablan de una fuerza de trabajo que, ante todo, quiere trabajar.

b) Dicho aspecto se refuerza cuando vemos la predisposición de esta población para trabajar; y ello ocurre a pesar de la alta precariedad y la baja cualificación de las tareas que desarrolla o podría desarrollar.

c) Entre la población ocupada se detecta una alta tasa de subempleo, precariedad, temporalidad e incluso de paro encubierto por la vía de quienes aparecen como ocupados en “la actividad económica familiar”.

d) La relación entre baja cualificación, subempleo y paro es muy fuerte. Las altas tasas de analfabetismo y la falta de formación para el empleo son dos elementos claves a la hora de analizar la situación del colectivo gitano de cara al empleo laboral.

e) El mercado laboral gitano es claramente diferente del resto de la población española. Una singularidad que se desmarca incluso de la situación de los nuevos colectivos inmigrantes (Garreta, 2003). El autoempleo marginal y la venta ambulante (desde las situaciones más informales a las mayoritarias reglamentadas) constituyen las alternativas más comunes. En este contexto, la respuesta a la movilidad laboral es la utilización de redes sociales como cauce de búsqueda y acceso al empleo. Dichas redes no sólo abaratan los costes de la incorporación al mercado laboral sino que perpetúan las posiciones de la estructura ocupacional. Al joven gitano le será más útil la familia que encontrar un empleo por los cauces normalizados.

f) Las posturas discriminatorias hacia la población gitana parecen estar aún vivas en amplios sectores de la ciudadanía, pues el 45,4% de los encuestados gitanos manifestaron sentirse discriminados en algún momento. Esta proporción supone hablar de que unos 215.000 gitanos/as han sufrido directamente la discriminación. Es relevante el hecho de que prácticamente el 80% de estos gitanos, sintieron que eran marginados en el proceso de búsqueda de empleo. A este dato habría que unirle otro: un tercio de los parados gitanos han

manifestado de forma espontánea, como causa de su situación de desempleo, el hecho de ser gitano/a.

3. Una aproximación a los factores fundamentales de una economía étnica singular.

Las diferentes aproximaciones que se han desarrollado sobre las actividades económicas de los gitanos coinciden en la búsqueda de factores que regulan las oportunidades laborales gitanas. Aunque el sentido y alcance de los diferentes planteamientos ha ido modificándose en las últimas décadas al hilo del proceso integrador-desintegrador de las políticas sociales, podemos distinguir tres grandes tipologías teóricas que nos permiten contextualizar e interpretar de manera adecuada la economía étnica singular del comercio ambulante entre los gitanos. En primer lugar, las aproximaciones histórico-culturales, que suelen subrayar las correlaciones entre características étnicas y evolución histórica de la minoría en el contexto europeo y estatal como principal factor explicativo de las singularidades de la economía gitana. En segundo lugar, las teorías que identificarían los factores coyunturales y estructurales, fundamentalmente las desventajas de la población gitana en su inserción en el mercado de trabajo. Este planteamiento enfatizaría los condicionamientos socioeconómicos y situacionales del mercado laboral. Las actividades económicas gitanas son entendidas como una estrategia de resistencia ante las limitaciones del mercado de trabajo. En este caso, el autoempleo y el comercio ambulante son vistos como estrategias de supervivencia de grupos fuertemente solidarios. Y por último, la perspectiva integradora que explicaría las características centrales de la economía romaní a partir de las interrelaciones entre factores internos o étnicos y las estructuras externas. Es decir, se basa en la interacción entre las estructuras de oportunidades de la sociedad mayoritaria (condiciones de mercado, acceso laboral, formación, etc.) y las características de la comunidad gitana (ocupaciones tradicionales, redes sociales, solidaridad étnica, movilidad, culturas de trabajo, movilización de recursos informales, etc). Desde nuestro punto de vista y tomando como punto de partida dichas aportaciones la economía étnica gitana puede ser explicada a partir de los siguientes factores:

Históricos. Cuando las primeras oleadas de grupos gitanos llegan a la península ibérica en las primeras décadas del siglo XV, la diáspora de los diferentes pueblos romá hacía ya más de mil años que había emprendido su larga marcha desde el Norte de la India y las mesetas asiáticas hacia el occidente europeo. El nomadismo y la adaptabilidad a los diferentes territorios y poblaciones donde se fueron estableciendo constituía ya un rasgo cultural central que les hacía proclives a desarrollar diferentes formas comerciales ambulantes, en unos primeros momentos afines al desarrollo de las ciudades y al comercio feudal, y más tarde propiciando modesta y auxiliariamente la génesis y desarrollo del capitalismo. Las caravanas gitanas trasladaban herramientas y servicios auxiliares a la agricultura y ganadería, junto a caballerías, forja, cestería y textiles, mientras que otros grupos se especializaban en ofrecer músicas y danzas en cortes, palacios y festividades religiosas y paganas de las ciudades. Un nomadismo circular les permitía abastecer determinados territorios, algunos alejados de las grandes rutas comerciales y prácticamente autárquicos, promoviendo la distribución y consumo de los productos del feudalismo y del capitalismo inicial. Más allá de los puntuales conflictos con las sociedades sedentarias y agrarias, que evidentemente los hubo, y a la conformación de los estigmas propios de grupos extraños e incómodos, la práctica de la venta ambulante suponía un importante atractivo y revulsivo comercial fundamentalmente en las zonas más aisladas. Las sucesivas pragmáticas y políticas restrictivas y normativas sobre su asentamiento y circulación, junto a prohibiciones de incorporación o ingreso en gremios y al desarrollo de determinadas

ocupaciones, posibilitaron que el comercio ambulante, auxiliado por diferentes oficios y servicios temporales a las poblaciones, se convirtiera en la única alternativa de subsistencia (Sánchez Ortega, Gómez Alfaro, San Román, etc.).

Desde finales del siglo XV este grupo étnico tuvo que soportar las persecuciones y acusaciones de la población mayoritaria que los percibía como diferentes y por ello peligrosos. Sucesivas pragmáticas de expulsión o exterminio en 1499, 1633 ó 1749 confirmaron la inquietud ante una minoría incómoda. Y ello pese a que los casos de protección de algunas poblaciones y grupos, la integración sin conflictos o el mestizaje interétnico, han constituido una constante también histórica. No obstante, la persistencia de los estigmas, el racismo y el conflicto étnico se consolidó en la memoria colectiva y se reactiva en momentos cruciales. Dichos estereotipos acabaron siendo más fuertes que los intentos de confianza, integración y diálogo. Los tópicos ignoraban los numerosos casos de integración y sedentarismo, de trabajo laborioso, de hostigamiento de las autoridades, la lucha por la supervivencia en contextos de pobreza, la apropiación de su arte y música, su estimable ayuda en las labores auxiliares de la agricultura y ganadería (esquiladores, herreros, cesteros, guarniceros, tratantes en la compraventa de ganados) o el valor económico y social del comercio ambulante en zonas rurales y despobladas.

Por supuesto que la conformación de los estereotipos se vio alentada y legitimada por las sucesivas contradicciones de las políticas laborales y sociales de asimilación tras la Pragmática de Carlos III en 1783: “La primera contradicción en la política étnica laboral es, pues, ordenarles que tomen ocupaciones que no se les deja tomar y no reconocer como conocidas otras útiles que sí llevan a cabo. La segunda se produce conforme los gitanos ven restringirse más y más lo que les estaba permitido hacer, con lo que cada vez era más fácil incurrir en desobediencia a las leyes (...) Se adoptaban medidas para que no realizaran tareas marginales, para que tampoco molestaran a los gremios y corporaciones y se les ordenaba una asimilación que empezaba por excluirles” (San Román, 1997: 23-24). A la persecución económica, social y política se unió la religiosa. Y ello pese a que la Inquisición se ocupó de los gitanos con menor rigor que de otros grupos sociales

Étnicos. El carácter dinámico y relacional de los elementos étnicos y las fronteras entre los grupos sociales, algo que ya fue enfatizado por Barth en los años sesenta, ha servido a Teresa San Román para distinguir entre identidad étnica y repertorio o contenido cultural. El contenido cultural es una condición necesaria pero no suficiente para generar identidad étnica, es decir, la autodefinición y reconocimiento por otros grupos de una identidad propia y diferencial. Los gitanos seleccionaron algunos rasgos que reforzaban su diferencia como la lengua, los vestidos y danzas o el nomadismo, pero dichos elementos pueden cambiar o desaparecer mientras que la oposición histórica entre mayoría y minoría, la competencia étnica y las variables económicas y políticas mantengan la diferenciación cultural. De este modo, elementos culturales que pueden parecer exclusivos de una cultura forman parte a menudo del repertorio de otros grupos. Lo que constituye la singularidad cultural es la forma en que se sintetizan e integran esos elementos, la manera en que se instrumentalizan, la forma de apropiación de los significados a lo largo de la historia, su permanencia y selección: “cada unidad étnica selecciona de su cultura aquellos elementos que tienen significación étnica, que expresan su identidad y se relacionan con ella, y estos elementos cambian de un grupo humano a otro y en cada uno con el tiempo, a veces imperceptiblemente para los propios participantes” (San Román, 1994: 189). Han sido los vaivenes históricos de la oposición mayoría y minoría y la dialéctica entre integración y exclusión los que han configurado las formas y el ritmo de la reelaboración o el mantenimiento de la

identidad étnica gitana. La identidad se configura utilizando las rupturas y continuidades de los grupos sociales, a través de “los cruces y los cambios de rumbo, en forma de una confrontación dialéctica constante entre el bagaje socio-cultural-simbólico identificado por el grupo como genuino y las circunstancias globales objetivas que enmarcan, constriñen o delimitan la reproducción del propio grupo” (Pujadas, 1993: 63).

La dependencia, fragilidad y marginalidad de las pautas económicas gitanas respecto al sistema capitalista nos obligan a tratar de entender los procesos históricos que dieron lugar a esas relaciones. Esos procesos suponen siempre la aparición y desaparición de elementos culturales. La expansión de la economía del mercado ha dado lugar a síntesis particulares con algunas tradiciones gitanas. El comercio ambulante, la informalidad o el autoempleo constituyen estrategias culturales adaptativas que responden al mantenimiento de especificidades culturales en relación a la homogeneización cultural y económica. El proceso de globalización combina estrategias precapitalistas en su propia expansión y desarrollo. Incluso el parentesco o la religión pueden asumir funciones económicas que contribuyan a asegurar las condiciones de reproducción de la sociedad. Como diría Godelier (1989), el capitalismo permite adaptarse y crecer a expensas de las unidades domésticas, el sistema de linajes y la propia marginalidad e informalidad gitanas. La articulación de formas capitalistas con otros sistemas es lo que permite su dominación y hegemonía, pero también su heterogeneidad y dinamismo (Wolf, 1987).

Y en el caso gitano, habría que añadir la especificidad de sus interacciones con el grupo payo mayoritario y la particularidad de sus relaciones con el Estado español. En esa articulación e interacción están las bases de la transformación de la cultura gitana y las condiciones de su reproducción. Vemos, pues, cómo el propio desarrollo capitalista en sociedades en transición se ha basado en la diversificación y pluralidad de bases económicas, pero dicha estrategia ha constituido un rasgo central en la cultura gitana desde su diáspora hace más de mil años (San Román, 1994: 193). Las familias gitanas normalmente han enfatizado la diversificación de sus bases económicas como estrategia de reproducción pese a que ello les supusiera incrementar la dependencia con la sociedad mayoritaria. En efecto, la pluralidad de bases económicas “muestra la capacidad de los grupos domésticos y las comunidades locales de adaptarse a las nuevas condiciones creadas por la expansión de las relaciones capitalistas. Pero, al mismo tiempo, constituye un síntoma de la imposibilidad de reproducción de estos grupos apoyándose en sus propias bases, de manera que se institucionaliza la situación de dependencia respecto a las relaciones dominantes” (Comas, 1998: 71).

En todo caso, lo importante no es constatar la diversidad de ocupaciones y actividades económicas que mantienen los grupos domésticos sino entender el significado de esa combinación, alternancia o coexistencia de lógicas de producción aparentemente contradictorias y cuáles son sus consecuencias en la reproducción e identidad del grupo. Por su parte, autores como Wolf (1987) y Nash (1994) han enfatizado estos últimos aspectos al considerar que la comprensión del desarrollo del capitalismo y de la globalización necesitan un análisis específico del papel de los “pueblos sin historia” y de la acción de los subsistemas marginales, periféricos y de subsistencia.

Precisamente, la importancia de la esfera familiar y el sistema de linajes, la indistinción entre trabajo y familia o esfera de producción y reproducción, la cooperación en el seno del grupo entre los gitanos constituye otro de los aspectos centrales de la articulación de la cultura gitana con el capitalismo y la sociedad mayoritaria (Reyniers, 1998). El sistema institucional de poderes

económicos y políticos coexiste o se coordina con diversos tipos de estructuras no institucionales, intersticiales, suplementarias o paralelas a él, como son los grupos informales, las redes de proximidad, el parentesco o la amistad (Cucó, 2004: 143 y ss.). Los mecanismos del parentesco pueden ampliarse y modificarse para adaptarse a diversos intereses y demandas, es decir, las relaciones pueden conservar la forma de relaciones parentales aunque ya no desempeñen funciones familiares (Wolf, 1990: 20). Los sistemas productivos gitanos no se basaron nunca en el control de la tierra (de la que siempre fueron apartados y expulsados), de capital o de los instrumentos de trabajo. Su riqueza provenía de mantener amplias familias que les permitían diversificar las funciones y las ocupaciones junto al control de las capacidades reproductivas y simbólicas del grupo: endogamia, autoridad de ancianos sobre jóvenes, dominio de los varones sobre las mujeres.

Pese a que en la década de los sesenta y setenta parecía que la proletarización creciente del colectivo gitano era inevitable (GIEMS, 1976; Calvo, 1980), tres décadas después podemos afirmar que el comercio ambulante, más afín a la singularidad de las estrategias culturales gitanas, ha desbancado a las ocupaciones asalariadas del proletariado. Los temporeros agrícolas gitanos son cada día más minoritarios en relación con las nuevas demandas del empresariado agrícola hacia inmigrantes magrebíes, latinoamericanos o de Europa del Este. El trabajo independiente y las prestaciones sociales, para los que las consiguen, regulan el sistema productivo gitano. Autores como Gmelch (1986), Salo (1982), Okely (1983), Sway (1984), San Román (1980, 1997), Ardévol (1994), Gamella (1996, 1999), Kaprow (1994) han visto en el rechazo a la proletarización un mecanismo de resistencia frente al estado y la sociedad mayoritaria, los gitanos: “sólo ocasionalmente emplean a otros y han conseguido evitar ser empleados, la historia de los gitanos es la historia de su rechazo a ser proletarizados” (Okely, 1983: 53). Ardévol concluye que los gitanos prefieren aquellas ocupaciones que hagan posible su independencia en la organización del trabajo, que les permitan imponerse a sí mismos su propia disciplina de trabajo y que todo esfuerzo redunde en su beneficio, de ahí que: “sigue predominando el trabajo independiente de tipo tradicional, ocupando las zonas menos organizadas del sistema laboral mayoritario, así como la cooperación familiar en el trabajo, con formas propias de organizar la actividad económica” (Ardévol, 1986:107).

El carácter autónomo e independiente de las ocupaciones y la importancia de las familias en el sistema ocupacional gitano han sido factores destacados por la mayoría de investigadores. La economía gitana tendría rasgos culturales tradicionales como su autonomía, su carácter familiar o doméstico, la cooperación y la tendencia a la informalidad⁶. Ahora bien el rechazo a la estructura y a las formas capitalistas implican “mayor libertad”, pero también mayor marginalidad (Kaprow, 1994: 89). El no estar proletarizados les permite controlar y dirigir sus actividades, horarios y los productos de su trabajo, pero les hace más vulnerables al desempleo y a caer en procesos de exclusión.

Precisamente, Teresa San Román (1997: 242-245) considera que es “la resistencia como respuesta a la escasez y precariedad de las alternativas, fundamentada en estrategias

⁶“Su sistema ocupacional se ha venido caracterizando por operar en familia o entre parientes, y a pequeña escala, es decir, por tratarse casi siempre de economías familiares o domésticas; por buscar la autonomía y el control sobre las propias condiciones de trabajo, prefiriendo por tanto el autoempleo y manteniéndose independientes del trabajo asalariado y del control administrativo y burocrático. La economía gitana, por lo tanto, ha sido tradicionalmente autónoma, familiar o doméstica e informal” (Gamella (1999:21).

adaptativas a esta precariedad,” lo que condensa y relaciona las orientaciones tradicionales básicas respecto a las actividades económicas. Y esas cuatro estrategias culturales gitanas serían:

1. La combinación y/o alternancia de ocupaciones que requieren escasa especialización pero múltiple capacitación.
2. La combinación de actividades integradas, marginales e ilegales en función de las alternativas históricas o geográficas, valoradas por su rentabilidad, riesgo y compatibilidad con las exigencias culturales⁷.
3. Una organización social y productiva que posibilita la movilidad.
4. Estrategias adaptativas de sumisión o resistencia al poder mayoritario.

Por su parte, Marlene Sway (1984), que ha estudiado a grupos gitanos de Estados Unidos, Yugoslavia y Reino Unido, destaca la resistencia de los gitanos a padecer la discriminación laboral por medio de la creación a su vez de una economía marginal subterránea en la que son necesarios los modelos familiares y étnicos. En ese caso la supervivencia étnica se vincula estrechamente con la supervivencia económica. La adaptación a circunstancias desfavorables les obliga a desarrollar estrategias adaptativas como:

- Nomadismo. Permite la posibilidad de recursos ocasionales o temporales en nuevos mercados
- Explotación de recursos considerados inservibles por el resto de la sociedad.
- Indistinción del trabajo por géneros. Evitar una segmentación rígida por sexo permite modificar papeles y responsabilidades y adaptarse mejor a las oportunidades.
- Evitar barreras de edad. Tanto los niños como los ancianos contribuyen con diferentes tareas al éxito de las familias.
- Pluriempleo. Que les permite alternar ocupaciones y sobrevivir en situaciones conflictivas.

De otra parte, la Unión Romani ha destacado, en su informe sobre la venta ambulante, un carácter cultural intrínseco en la decisión sobre las actividades económicas a desarrollar por los gitanos, es decir, la preferencia por oficios que no entren en conflicto con el desarrollo de su cultura y en donde la “libertad” y la cooperación familiar se convierten en algo indispensable. De ahí que opten a la venta ambulante y otros oficios liberales (Torres et al. 2001:17-18).

Laborales. En relación a los mercados de trabajo tanto las minorías inmigrantes como los gitanos siguen sufriendo la discriminación. Las desventajas persisten a pesar de las políticas aplicadas. El mercado de trabajo más bajo determina sus posibilidades de movilidad y las condiciones de trabajo a las que tienen acceso (inestabilidad, escasa cualificación, ingresos, etc.). Comas (1995, 1998) ha resumido los principales factores que generan la desigualdad y segmentación respecto al mercado de trabajo. La construcción social de las diferencias se añade a la lógica laboral constituyendo un elemento fundamental para comprender la posición de los gitanos en relación al mercado laboral. Esta autora ha destacado tres vectores fundamentales en la

⁷San Román (2002:437) propone desarrollar cuatro categorías no excluyentes para analizar la integración y/o marginalidad de las actividades laborales: un trabajador *integrado* es aquel que realiza una actividad laboral estando regularizados tanto el trabajador como la actividad. Un trabajador *sumergido* es el que realiza una actividad regularizada sin estarlo él mismo. Un trabajador *marginal* es aquel que ni la actividad ni él mismo están regularizados. Por último, un trabajador *ilegal* es aquel que realiza una actividad prohibida normativamente.

generación de desigualdades: la preparación profesional, las características locales del mercado de trabajo y, por último, las divisiones basadas en el género, la raza o la etnia.

La preparación académica y profesional marca diferencias entre los individuos de acuerdo con los niveles de preparación jerarquizados (y establecidos por el mercado y el sistema) que éstos han podido alcanzar, y contribuye a la perpetuación de las clases sociales. El mercado de trabajo local posibilita una estructura de oportunidades ocupacionales que facilita o dificulta la movilidad laboral, generando los desplazamientos temporales o la emigración, o, por el contrario, la aportación de mano de obra externa y flujos inmigrantes. Por último, las diferencias de género, raza o etnia pueden añadir nuevos criterios de división y segmentación entre trabajadores, a través de los que se ejercen y legitiman prácticas discriminatorias de carácter formal o informal. De este modo: “a las divisiones de clase se añaden, pues, otras categorías y patrones de relación social que atraviesan las clases y las fragmentan, lo que contribuye a reproducir las bases de funcionamiento de un mercado de trabajo jerarquizado. El mercado de trabajo no es, pues, homogéneo sino que está segmentado” (Comas, 1998: 82-83).

La posición desigual de los inmigrantes y los gitanos depende de las diversas oportunidades de empleo de que disponen y, por otra, del nivel de aceptación de las condiciones de trabajo que configura su poder real y social de negociación. Así pues, las oportunidades de empleo vienen determinadas desde el punto de vista de la oferta de mano de obra por variables sociológicas, es decir: “las características básicas de los trabajadores (sexo, edad, estado civil, nivel de estudios, cualificaciones, origen étnico, etc,) y por sus pautas de conducta (fiabilidad, diligencia y otros rasgos del carácter); estas características y pautas de conducta tienden a ser utilizadas por los empresarios como elementos discriminantes (no necesariamente discriminatorios) de selección en el proceso de asignación de los trabajadores a los puestos de trabajo” (Cachón, 1995: 109). En el caso gitano algunos autores han señalado, como ya hemos comentado con anterioridad, la importancia del tipo de hábitat y residencia, o la incidencia de factores familiares, o el papel de valores como la libertad y la independencia, para comprender tanto el sistema ocupacional como las relaciones interétnicas (San Román, 1994; Ardèvol, 1994). Los gitanos andaluces se enfrentan además a ciertas particularidades del mercado laboral local marcado por su dependencia de flujos externos, los desequilibrios internos, el desempleo y atraso secular que llevan a los gitanos a tasas de mayor pobreza y precariedad junto a una creciente polarización de ingresos y rentas (Gamella, 1996: 211-237). El proceso de transnacionalización de la economía ha llevado a Andalucía a una situación de periferia donde coexisten altas tasas de desempleo y demandas efectivas de fuerza de trabajo inmigrante, produciéndose una creciente segmentación étnica de los mercados de trabajo que da lugar a situaciones de precariedad, marginación y discriminación junto a cierta minimización de los conflictos y tímidas medidas de integración (Martín, 1998).

Sin embargo, pese a las posibles semejanzas con los inmigrantes, no nos parece apropiado un análisis común de la situación, que en el fondo niega de nuevo los derechos históricos de ciudadanía plena a los gitanos. Mientras que Gamella (1996: 212) y Okely (1983:49) destacan las diferencias entre el sistema ocupacional y las estrategias gitanas respecto a los nuevos inmigrantes, Martín (1998: 209) destaca los paralelismos en relación a los mercados de trabajo y situación de los diferentes colectivos. Por su parte, Garreta (2003) en un elaborado y exhaustivo análisis comparativo sobre la integración sociocultural de inmigrantes extracomunitarios y gitanos en las provincias de Huesca y Lleida, concluye que los inmigrantes extracomunitarios y gitanos: “se sitúan en posiciones diferentes dentro de este proceso, así

como también lo hacen intragrupo ya que no todos responden a idéntico perfil. Eso sí, en comparación al conjunto de la población se sitúan en las posiciones sociales más bajas” (Garreta, 2003: 345)⁸.

Para Gamella, la estructura ocupacional de los gitanos ha sido un elemento central de su resistencia a la asimilación y del mantenimiento de sus tradiciones y modos de vida. Sus oficios y actividades tradicionales han sido elementos simbólicos para marcar los límites étnicos con los no gitanos. Aunque han procurado especializarse en diversas ocupaciones subalternas dentro de la economía general, lo característico del sistema ocupacional no consiste en el mero repertorio de esos oficios típicos sino su forma de organización y articulación con la economía mayoritaria: “En todas partes los gitanos han preferido ocupaciones que les permitieran control sobre la organización de su trabajo, así como cierta movilidad y flexibilidad, es decir, cierta independencia, pero no aislándose o marginándose, sino mediante formas de articulación en la economía más amplia” (Gamella, 1996:211). Precisamente, el hecho de que esos oficios hayan variado histórica y geográficamente permite desvelar algunas de las recurrencias y elementos centrales del sistema ocupacional gitano, caracterizado por:

- a) La economía familiar y a pequeña escala. Los grupos domésticos o familias se movilizan y ponen en común la fuerza y experiencia de trabajo. Cada miembro contribuye y coopera, en la medida de lo posible, con el resto de la familia. La experiencia y especialización en ciertos oficios permite crear tradiciones familiares: “Esa economía encierra un ideal de trabajo que se realiza rodeado de parientes y fundiéndose con las otras tareas cotidianas a un ritmo y con una disciplina diferentes a las del trabajo asalariado. Además, la unidad familiar prepara, entrena y encultura a las nuevas generaciones en el gremio familiar” (Gamella, 1996: 212)
- b) Autoempleo: independencia del trabajo asalariado. Rechazo del trabajo dependiente, preferencia por el trabajo autónomo y por el control de los horarios y ritmos de las tareas. Se trata de una distinción con enormes repercusiones en la vida social tanto por el mantenimiento de las fronteras étnicas, en la medida que suponen una resistencia al Estado y al capitalismo industrial, como para los estereotipos y el conflicto étnico, al percibirse como falta de capacidad o vagancia.

⁸Este autor se detiene a estudiar la inserción socio-laboral y las características de las minorías étnicas en el mercado del trabajo y, pese a destacar algunos factores comunes, muestra importantes rasgos diferenciales entre éstas en los procesos de integración: A) En relación a la incorporación al primer empleo destaca que dicha incorporación se realiza, en la mayoría de los casos, en ocupaciones de peonaje no cualificadas en la agricultura y la construcción. No obstante, constata que casi un tercio de los jóvenes que se incorporan al primer empleo lo hacen a través de la venta ambulante, sin haber estado nunca desempleados (dado que las nuevas incorporaciones se realizan mayoritariamente a través de los padres). B) En relación al modo de conseguir el primer empleo, sus cifras destacan el porcentaje de gitanos que se incorporan de forma asalariada y por cuenta ajena al mercado laboral (casi dos tercios). Un dato que en los empleos posteriores se invierte y confirma lo que la mayoría de los investigadores han mostrado, es decir, la reducción generalizada del trabajo asalariado entre los gitanos. C) En relación a los sectores ocupacionales actuales, destacan la venta ambulante, el peonaje agrícola, el peonaje en la construcción y la recogida de chatarra y productos agropecuarios silvestres. D) Sobre las condiciones laborales y salarios, las cifras muestran los menores salarios obtenidos por los gitanos en relación con los inmigrantes extracomunitarios y su menor predisposición a realizar cursos de formación. El autor destaca, sin embargo, que entre los que obtienen mayores ingresos se encuentran los dedicados a la venta ambulante. 5) Por último, y en relación a las horas de trabajo semanal, los gitanos suelen trabajar menos horas de media (37´7h.) que los inmigrantes extracomunitarios (44´8h.), (Garreta, 2003: 110-130).

- c) Dependencia y fragilidad. El sistema productivo aparece como precario, inseguro, frágil y pasa desapercibido frente a los cambios, pero nunca ha sido estático o se ha mantenido aislado.
- d) Informalidad. Se trata de trabajos que soslayan regulaciones administrativas y se mantienen de manera sumergida o informal respecto al mercado oficial del trabajo. En algunos casos la informalidad lleva a lo ilegal. En otros, contribuye a su invisibilidad.

Las cifras anteriores nos sirven para resumir la situación actual de gran parte del colectivo gitano respecto al conjunto de la población con una serie de indicadores bien conocidos por todos (Fresno, 1999; Giménez, 1999; Garreta, 2003):

- Tasas de analfabetismo y absentismo escolar muy superiores a la media estatal.
- Una falta de acceso generalizada a los cauces normales de formación laboral.
- Tasas muy altas de subempleo o empleo sumergido.
- Una mayoría se emplea por cuenta propia en actividades económicas familiares ejercidas informalmente o en proceso de regulación.
- Abandono prematuro de la Educación obligatoria.
- Una proporción mayor de situaciones de exclusión social y pobreza graves, que llegan a afectar a casi la mitad de los gitanos.
- Altas tasas de natalidad y menor esperanza de vida (casi quince años por debajo de la media española).
- Pirámide poblacional muy joven pero con escaso acceso a programas de aprendizaje laboral.
- Tamaño de las familias muy superior a la población española.
- Perpetuación de la discriminación laboral y la segregación de viviendas.

La perpetuación de estas situaciones tiene su origen en una clara competencia desigual por el acceso a los recursos. Pero junto a los factores estructurales socio-económicos se unen otros componentes cognitivos y culturales. El significado de la competencia y el valor de las tensiones entre la mayoría y la minoría son vividos y experimentados desde perspectivas culturales diferentes, que generalmente se elaboran, organizan y expresan a partir de las identidades étnicas. Los prejuicios y estereotipos se convierten en fronteras interiorizadas (permanentes y naturalizadas) que reproducen y actualizan los límites y las pautas de las relaciones interétnicas, ello explica “el anquilosamiento de las relaciones entre payos y gitanos, la repetición de las mismas pautas de acción y de soluciones, la dificultad en modificar las actitudes que sesgan las relaciones interétnicas” (Ardèvol, 1991b:20).

La competencia étnica por el empleo, las prestaciones sociales y los mercados están produciendo en la venta ambulante una “especialización étnica” entre gitanos e inmigrantes que parece aparcar de momento los conflictos, pero en el fondo las políticas de inmigración española y europea están afectando de lleno al futuro de las opciones laborales gitanas dado que se concentran en parcelas informales o precarias en donde ahora los gitanos se encuentran desfavorecidos. Frente a los extranjeros, contratados en sus países de origen para tareas agrícolas coyunturales o con contratos temporales, sin papeles, sin derechos duraderos, sin familias, sin arraigo, indefensos, con la posibilidad efectiva de expulsión a través de la Ley de Extranjería: “Un gitano tiene más costes porque sus derechos que, al menos sobre el papel, alcanzaron los gitanos desde Carlos III, que de tan poco les han servido porque nadie tuvo el menor interés en aplicarlos, se convierten ahora en su peor enemigo. Resulta más conveniente,

barato y flexible emplear extranjeros pobres que a ciudadanos gitanos marginales” (San Román, 1997: 235). Parecería como si su inclusión formal dentro de la ciudadanía sólo les haya aparejado una nueva exclusión real.

Políticos. Es de nuevo Teresa San Román quien ha elaborado uno de los modelos teóricos más convincentes sobre el tema de la marginación en España. A su potencialidad teórica se une su contrastabilidad empírica entre grupos tan diferenciados como gitanos, ancianos y minorías inmigrantes. La marginación es conceptualizada como un proceso de inclusión/exclusión de espacios sociales y recursos en contextos de competencia: “se produce en situaciones de competencia en las que existen posibilidades objetivas de que se resuelvan en la suplantación de uno de los competidores por el otro, de forma que consiste socialmente en la exclusión del marginado de los espacios sociales, del acceso institucionalizado a los recursos comunes o públicos, de forma que ese acceso es no-pautado, menor, limitado temporalmente y dependiente. Este proceso estaría siempre sujeto a una tensión inclusión/exclusión que depende tanto de las variaciones del propio sistema sociocultural como de las propiedades del marginado, sea un colectivo o un individuo” (San Román, 1991: 152). Además estos procesos se acompañan de componentes ideológicos que racionalizan o legitiman la exclusión, de la posibilidad de crear prácticas y usos diferenciales de los recursos culturales dado el alejamiento de las normas y usos comunes, de cierta variabilidad en determinados campos de las relaciones sociales institucionalizadas que pueden suponer soluciones adaptativas ante la falta de alternativas, y de los mecanismos de poder de la sociedad mayoritaria y el Estado. En resumen, ofrece un modelo procesual, contextual, variable, simbólico e institucional de las posibilidades y condiciones específicas de la marginación que dependerán del: “marco de alternativas disponibles en el sistema en un momento dado y se presenta en distintos grados en función de sus condiciones en ese momento y espacio dados, y depende también de las propiedades que exhiban los pueblos, grupos, categorías de personas o individuos susceptibles de exclusión y, por tanto, al ser éstas dos series de factores variables en tiempo y espacio, la marginalidad puede avanzar, retroceder, variar, extinguirse o lograrse y, de ser este último el caso, se creará un estado marginal para uno de los competidores o una expulsión del campo específico de competencia” (San Román, 1991: 154).

En otros casos, las relaciones interétnicas vienen determinadas por procesos de exclusión. Y dado que la mayoría de los espacios son espacios de control payo, no es de extrañar que los gitanos se encuentren invisibilizados, segregados, criminalizados, marginados o excluidos de ellos. Y ello porque el espacio deja de ser un mero soporte físico para el desarrollo de la vida social para convertirse en fuente de los significados y sentido de las interacciones⁹. Como espacio social es sometido a funciones de control y competencia económica, social y simbólica, articula estigmas y valoraciones, memoria y deseos (Goffman, 1989). Pero la exclusión va más

⁹Para Manuel Castells el espacio es expresión de la sociedad y reproduce las dinámicas de la estructura social general. Estas dinámicas integran tendencias contradictorias derivadas de los conflictos y estrategias diferentes de los grupos sociales. El espacio como “soporte material de las prácticas sociales que comparten el tiempo”, conlleva un significado simbólico que funciona como una especie de flujo, la nueva forma espacial característica de la sociedad red, que acompaña los procesos de la vida económica y política (Castells, 2001: 488-489). Un excelente recorrido sobre las transformaciones del espacio en el contexto de la globalización y el poder de las identidades y las culturas se encuentra en Cucó (2004: 45-79)

allá del espacio. La exclusión social es un proceso variable que afecta con diversa intensidad a cada individuo y cada grupo social, dando lugar a múltiples procesos articulados de exclusión¹⁰.

A pesar de las fuertes desigualdades, las tasas de pobreza y la precariedad laboral en aumento, España mantiene (para algunos) un cierto nivel de integración social respecto a los sectores más desfavorecidos, los inmigrantes y los gitanos, basado, eso sí, no en las bonanzas de un Estado de Bienestar, sino en el mantenimiento de los mecanismos más tradicionales de solidaridad familiar. La superación definitiva de las situaciones de exclusión social no puede reducirse a las políticas asistenciales (que en algunos casos siguen siendo muy necesarias) sino en estrategias globales e integrales de reducción de la precariedad, crecimiento del empleo de calidad, extensión de los derechos sociales que den contenido concreto a la ciudadanía y a la corresponsabilidad, etc. (Laparra, 2000: 11-12). Pero el contexto actual no puede ser optimista. En efecto, la globalización económica ha traído consigo consecuencias encadenadas como: la mercantilización de todas las esferas humanas, sucesivas estrategias de flexibilización laboral, la segmentación de los mercados laborales, el desarrollo de nuevas formas de contratación informales en paralelo a la deslocalización de la producción, el desmantelamiento progresivo de los sistemas de protección social y limitaciones internacionales a la capacidad reguladora de las políticas locales en materias económicas y de protección social que conllevan nuevas formas de explotación a los inmigrantes y minorías más desfavorecidas (Ruiz Blázquez, 2006: 70)

Precisamente, la pervivencia y el aumento relativo del racismo y formas de etnicismo contra los gitanos siguen presentes en gran parte de España. Según Gamella, en Andalucía ha existido tradicionalmente un sistema jerárquico de relaciones interétnicas cuya característica fundamental ha consistido en la segregación: “El sistema de relaciones interétnicas en Andalucía se ha basado generalmente en una intensa segregación multidimensional, que separaba a los gitanos de los payos en la mayoría de los ámbitos de la vida social y les mantenía a distancia, otorgándoles espacios, roles y estatus separados, reduciendo las posibilidades de discriminación. Había multitud de oportunidades sociales que los gitanos, simplemente, no perseguían y entre ambas comunidades se daba, en la mayoría de los casos, una coexistencia sin real convivencia” (Gamella, 1996:311). En efecto, los gitanos han vivido y siguen viviendo en parte, en mundos separados y paralelos, barrios y asentamientos propios, ocupaciones marginales, escasa escolarización, matrimonios endogámicos, etc. En la actualidad, (como también lo fue en diferentes momentos históricos y circunstancias locales), dicho sistema se ha vuelto incompatible con los nuevos valores de la sociedad y del sistema político imperante, está comenzando muy lentamente a desaparecer, de manera que se aprecian por doquier formas nuevas de integración. Pero, precisamente, el fin de la segregación está aumentando los casos de discriminación y los conflictos étnicos. El contenido de los elementos antigitanos en Andalucía configura los prejuicios sobre apariencia o costumbres (autoexclusión y parasitismo, agresividad, machismo, familismo amoroso), sentimientos (miedo, rechazo), dicotomización y generalizaciones; y los rasgos específicos de la segregación y la discriminación.

¹⁰Dichos procesos de exclusión irían, según Laparra (2000), desde: a) la *precariedad*, entendida como inadecuación respecto a los estándares medios y por una situación de vulnerabilidad; b) la *exclusión*, definida no por el acceso precario sino por el no acceso. Dicha situación estaría marcada por una relativa irreversibilidad y por cierta incapacidad de las personas para salir de esa situación por sus propios medios; c) y por último, la *marginación*, que implica el rechazo de la sociedad mayoritaria mediante estigmatizaciones o segregaciones, dando lugar a una ruptura de la normalidad y la existencia de un universo simbólico diferenciado por parte de los afectados.

Por su parte, Garriga (1994) ha llamado la atención sobre el riesgo y los errores que pueden cometer las Administraciones por una falta de conocimiento u olvido de los rasgos específicos de la cultura gitana. Dichos errores provocan, en muchos casos, que se hagan inviables los programas de actuación debido a una potenciación del poder de supuestos caciques locales (que impiden, se aprovechan o seleccionan tareas), el olvido de la organización de linajes (que agudiza la competencia y los conflictos intraétnicos), generalizaciones sobre el tipo de población (sin atender si el grupo étnico es minoritario o mayoritario en los barrios), falta de análisis específicos sobre la heterogeneidad interna de los grupos. Son errores derivados frecuentemente de una desafortunada intervención pública que no atiende al hecho de que el estudio de la etnicidad “requiere dar cuenta de las estrategias de reproducción y producción de los individuos, los procesos de socialización y las características de las interacciones interétnicas en todos los contextos posibles, públicos o privados” (Pujadas, 1993:64). Al desconocimiento se añaden las perjudiciales consecuencias de las prácticas caritativas que han perpetuado, con nuevos ropajes y formas, viejos hábitos de mendicidad y beneficencia: “Todo ha contribuido a consolidar actitudes en determinados gitanos que han extrapolado de modo abusivo los derechos que les asisten a gozar de los servicios públicos de bienestar que ofrece la Administración y que tampoco han entendido que su inserción en la sociedad comporta, igualmente, deberes y responsabilidades” (Garriga, 1994: 178). Teresa San Román también incide sobre los mismos aspectos: “Ciertamente la minoría no sólo es diferente, sino heterogénea, y pocas veces es uniforme en sus condiciones y en sus aspiraciones, en su grado de aculturación y de integración, y en su conciencia étnica. Un proyecto que no contemple todas esas diferencias será siempre inadecuado e impositivo para la mayoría de los gitanos. Será, por tanto, no sólo irrespetuoso, sino ineficaz” (San Román, 1994: 239).

Las investigaciones más recientes sobre diferentes grupos étnicos y marginados en Cataluña, giran en torno a la hipótesis general de que la integración social, “entendida como acceso a los derechos básicos comunes (regularización jurídica, vivienda normalizada, integración laboral, acceso a la sanidad pública y a la educación, etc.), no es incompatible en absoluto con el mantenimiento de una identidad étnica distinta a la mayoritaria y de la cultura emblemática asociada a aquélla (que es la mínima parte de la cultura de cualquier pueblo) en la inmensa mayoría de los casos, pero sí comporta un proceso de aculturación selectiva, fundamental para que pueda ejercerse con normalidad la propia integración social” (San Román, 2002: 433).

4. Características de la venta ambulante en mercadillos municipales.

La actividad comercial constituye un complejo y dinámico campo que se diversifica aún más cuando se trata de subsectores minoristas e informales. La escasa atención por parte de las Administraciones y de los investigadores, durante muchas décadas al comercio minorista, ha tenido como consecuencia la escasez de fuentes estadísticas y de estudios rigurosos en profundidad sobre esta temática. El principal problema con el que se cuenta es, pues, la insuficiente información sobre las diferentes formas del comercio interior. Y ello ocurre pese a que, desde la crisis económica de los años setenta, el comercio ha dejado de ser una actividad económica subsidiaria en relación a la producción, con funciones todavía fundamentalmente de abastecimiento, y ha pasado a jugar un papel fundamental en la articulación de los mercados y en los procesos de globalización de la economía. Paralelamente, la mayoría de los enfoques económicos han pasado de entender la distribución como algo secundario (al carecer supuestamente de productividad como tal) a otorgarle un papel central en la estructura y

funciones de la base económica de las sociedades contemporáneas, es decir, el mercado (Gómez, 1993).

En el caso del comercio ambulante, su carácter claramente subsidiario y marginal respecto al comercio minorista establecido, explica tanto la ausencia de referencias académicas destacables y estadísticas fiables como de una regulación homogénea, clara y específica por parte de las diferentes Administraciones. Sin embargo, cualquier análisis del sector comercial en las sociedades desarrolladas muestra el modo en que las formas comerciales precarias o subalternas, tan extendidas e importantes en sociedades en desarrollo y tercermundistas, siguen también presentes y con enorme vitalidad en la actualidad. Aunque constituyan una parte reducida del sector económico nacional, su importancia tiende a crecer en épocas de crisis (MEH, 1998:16). Y pese a las preferencias y fidelidades de muchos consumidores por este tipo de comercio, tanto el sistema económico general como el sectorial, (y quizá también por la fragmentación y debilidad del propio comercio ambulante) siguen perpetuando la marginación y escasa consideración por este tipo de venta tan tradicional en la historia de la humanidad y que ha tenido siempre su fuerza en la implicación de las relaciones personales y sociales en las diferentes esferas y procesos de la actividad¹¹. Por ello, el comercio ambulante sigue representando un importante papel económico, social y cultural tanto en Europa, en general, como en España en particular.

El comercio ha estado históricamente interrelacionado con los procesos de creación de las ciudades y de articulación e integración de los Estados. La actividad comercial mediante ferias y mercados temporales, ambulantes o callejeros, desempeñó un papel estratégico transcendental en el abastecimiento de ciudades y zonas rurales desde la antigüedad. Actualmente los días de mercadillos siguen jugando, en muchas localidades, una función dinamizadora de la actividad social y económica, además suponen, casi siempre, un aumento considerable de las transacciones comerciales globales que se realizan en las respectivas localidades (MEH, 1998:224). La venta ambulante ha sabido adaptarse, frente a las hipótesis más economicistas que presagiaban la desaparición de estas supuestas prácticas premodernas, a los cambios y sucesivas reestructuraciones del consumo de masas, permitiendo (tanto por su flexibilidad en relación a la oferta y la demanda como por la centralidad de las relaciones sociales y personales) la posibilidad de constituirse en una estrategia propia y diferencial de abastecimiento y consumo de muchos ciudadanos. A las funciones históricas de los mercadillos como transmisores de cultura y aprovisionamiento, se unen otras funciones económicas y sociales como (MEH, 1998: 227):

- a) El suministro de productos de forma adecuada al consumidor.
- b) El abastecimiento de productos básicos a zonas despobladas, de montaña o mal comunicadas.
- c) La creación de una dinámica de precios transparente que obliga a competir a todos en calidad, en precio y servicio.

¹¹A partir del siglo XVIII, la política municipal en España fue progresivamente haciéndose cargo del control de las actividades comerciales, especialmente de los productos perecederos. Se trataba de una estrategia que buscaba: el control de las epidemias, la creación de un espacio específico de equipamiento urbano (mercados de abastos municipales), la posibilidad de una presión fiscal más racional, y medidas de policía urbana que traerían consecuencias de tipo higiénico, sanitario, urbanístico e incluso morales en los ciudadanos. En todo caso, las relaciones entre ciudad y actividad comercial, abastecimiento y consumo, corrieron paralelas (y los siguen estando en cierto sentido en la actualidad) a la evolución política de las competencias municipales y las tensiones entre intervencionismo y libertad de comercio (Rubio Díaz, 1999).

- d) La generación de negocios a los servicios de hostelería y al comercio tradicional.
- e) Permite el acceso a productos artesanos, agrícolas y descatalogados.
- f) Compatibiliza el ocio y el consumo, el encuentro y el diálogo.
- g) Genera autoempleo a colectivos desfavorecidos como gitanos, desempleados e inmigrantes.

En los últimos años se han producido importantes transformaciones en los sectores de distribución comercial minorista a nivel internacional y nacional. Las grandes superficies, los centros comerciales, las franquicias, los autoservicios de descuento y los grandes parques urbanos comerciales, suponen nuevas formas de distribución con una tendencia creciente y generalizada a estrechar las relaciones entre ocio y consumo (MEH, 1998:226). Dichos cambios han generado cierto descontento en el comercio de tipo tradicional y sedentario que se ha manifestado a la opinión pública en conflictos en relación a los horarios comerciales, la apertura en festivos o las tasas del pago aplazado y electrónico. Pese a que estas nuevas formas de ocio y consumo de masas siguen su acelerada expansión en poblaciones de cada vez menor tamaño (ya es habitual verlas en poblaciones de apenas 25.000 ó 50.000 habitantes), lo curioso es que este proceso general no está teniendo aparente incidencia en los mercadillos ambulantes. Éstos crecen en número de puestos y clientes al igual que los grandes centros comerciales. Este hecho no puede explicarse solamente por una diferente funcionalidad comercial o por una supuesta existencia de clientela diferente (MEH, 1998: 15), sino por aspectos esenciales del comercio ambulante que han hecho históricamente atractivo este tipo de comercio: su enorme tradición, la confianza de los clientes, la variedad de productos ofertados, la comercialización de productos excedentes en calidad y precio, el aprovisionamiento de zonas rurales, la especialización y concentración comercial. Además, algunos de estos últimos aspectos, junto al carácter lúdico o festivo de todo mercadillo, permiten cierta integración comarcal y la posibilidad de generar en sus espacios una amplia y heterogénea sociabilidad¹², aspectos todos ellos que son coincidentes con la apuesta de las nuevas formas de distribución comercial.

La venta ambulante ha tenido desde siempre el rechazo del comercio sedentario, que siempre que puede ha alegado su desconfianza y oposición ante la supuesta competencia desleal, la falta de profesionalidad, la dudosa calidad de los productos o su ilegalidad y la escasa modernización de los mercadillos. La realidad es, sin embargo, muy diferente. Pese a que todavía puedan aparecer casos de fraudes o venta ilegal, lo cierto es que dichos casos son siempre minoritarios y la posible competencia no se corresponde con el volumen de ventas de los mercadillos en relación con el comercio minorista en general (MEH, 1998: 224). Dichas críticas olvidan los efectos de revitalización del propio comercio tradicional sedentario que los días de mercadillos generan en torno a los mercados de abastos, las calles comerciales y las propias poblaciones.

Además, pese a lo que pudiera parecer, la situación del comercio ambulante en Europa tiene una incidencia mayor tanto en calidad como en cantidad en relación a España, representando un 14% de las ventas minoristas (en España un 4 %), Además en la mayoría de los países europeos

¹²La mayoría de los mercadillos se celebran en el interior de los cascos urbanos pero en las grandes poblaciones éstos tienden a desplazarse hacia amplias zonas periféricas aunque, y pese a los ingresos recaudatorios que suponen a los municipios, raro es que se habilite un lugar específico con las infraestructuras mínimas necesarias. Para muchos comerciantes ambulantes estos nuevos lugares del extrarradio son incómodos tanto en verano como en invierno. En Andalucía sólo el 26% tienen un Parking señalizado, el 19% cuentan con aseos, el 24% dispone de agua potable, y el 19% electricidad (MEH. 1998: 98).

está permitida la venta de productos alimenticios perecederos. En Italia el número de comerciantes supera los 200.000, en Francia y Alemania los 250.000, en Gran Bretaña 120.000. En España la cifra se encuentra en torno a los 50.000 comerciantes en relación a unos 3.700 mercadillos (MEH, 1998: 261). Pero esta última cifra, según nuestras propias investigaciones y otras fuentes consultadas, no se corresponden con la realidad del sector, dado que, por ejemplo, en Andalucía se cifra, desde esta misma fuente, en 605 los mercadillos y 7400 las licencias ambulantes. Precisamente, el número de mercadillos en Andalucía en 2006 se eleva ya a 841 mercadillos y más de 85.000 personas empleadas, (Comercio Ambulante en Andalucía, 2007). En los informes del Ministerio de Economía de 1989 y 1998, dos de las escasas referencias posibles, se hablaba de 250.000 familias implicadas en este tipo de venta, un 27% de los consumidores afirmaba acudir regularmente a ellos y una facturación en torno al 3% del conjunto de la distribución española. Dichos datos, según las fuentes del sector, han sido claramente superados en la actualidad, además su incidencia en Andalucía ha sido siempre mayor, y la propia Ley Andaluza del Comercio Ambulante habla de un 17 por cien de las transacciones comerciales globales¹³.

De todas las modalidades de venta no sedentaria, en instalación móvil (domiciliaria, motoitinerante) o semifija (callejera, ocasional, mercadillos, ferias, etc), la venta ambulante en mercadillos semanales es la de mayor extensión e importancia, con casi un 95% del conjunto del conjunto del comercio no sedentario. El mercadillo semanal es pues, la principal manifestación de la venta ambulante, y tuvo su origen en la necesidad de abastecimiento de zonas rurales con deficientes infraestructuras viarias y comercios estables. En su evolución posterior, “el mercadillo es la materialización del proceso de agrupación de viven los vendedores ambulantes individuales, conscientes de que la demanda se vería atraída por una mayor variedad y cantidad de productos ofertados. De este modo, se fueron eligiendo los pueblos a los que atender, los días de la semana en que se llevaría a cabo la actividad, y se conseguía una cierta especialización para evitar la competencia. Esta actividad va dejando tras sí el papel subsidiario y se diversifica hacia otras zonas atraída por los cambios en los hábitos de consumo y por las necesidades de la oferta, actuando, además como complemento de ésta en las zonas turísticas” (Plan Integral, 1998: 229). Las otras formas de venta ambulante están siendo cada vez más perseguidas y controladas, de ahí que los mercadillos se constituyan como un sistema de control comercial al que deben someterse los vendedores ambulantes si quieren ejercer su actividad¹⁴.

¹³ Legalmente se entiende como: “aquella actividad comercial que incluye todo tipo de venta ambulante, cuya característica más significativa es la falta de establecimiento fijo del sujeto que realiza la venta (...) es decir, fuera de un establecimiento comercial permanente, en solares y en espacios libres y zonas verdes o en la vía pública, en lugares y fechas variables” (Art. 1. Ley 1010 / 85 de 5-6-1985). Y en la Ordenación del Comercio Minorista: “se considera venta ambulante o no sedentaria la realizada por comerciantes fuera de un establecimiento comercial permanente, de forma habitual u ocasional, periódica o continuada, en los perímetros urbanos debidamente autorizados, en instalaciones comerciales desmontables o transportables, incluyendo los coches-tienda. En todo caso, la venta no sedentaria únicamente podrá llevarse a cabo en mercados fijos, periódicos o provisionales, así como en lugares instalados en la vía pública para productos de naturaleza estacional” (Art. 53. Ley 7 / 96). Por su parte la Ley Andaluza que regula el sector lo define como “el que se realiza fuera de establecimiento comercial permanente, con empleo de instalaciones desmontables, transportables o móviles” y distingue las modalidades de: comercio en mercadillos, comercio callejero y comercio itinerante (Ley 9/88 de 25-11-1988). En todo caso, la insistencia e importancia del lugar de las transacciones comerciales o el principio de mercado que rige la actividad constituyen aspectos centrales, en modo alguno periféricos, en el análisis y en los debates sobre los orígenes y rasgos del mercado (Martínez-Veiga, 1990: 33 y ss.).

¹⁴ PERFIL DEL COMERCIANTE AMBULANTE.

En el caso de Andalucía, la venta ambulante ha estado monopolizada hasta hace muy poco por gitanos¹⁵. Los grupos romaníes supieron instrumentalizar su nomadismo a las malas comunicaciones existentes entre los territorios y se convirtieron en agentes activos en la tarea de completar el circuito comercial preindustrial con productos que ellos mismos facturaban o ayudaban a circular (herrería, cestos, estaño, hojalata, ganados, etc). Posteriormente: “las familias gitanas se han ido asentando, calculándose su población actual en 250000 personas en Andalucía. La venta ambulante fue desde siempre su profesión más sencilla y expeditiva, pudiéndose considerar que constituye uno de los pilares socioeconómicos y hasta su palanca de cambio. Incluso hoy en día, prácticamente el 45% de los ambulantes andaluces son gitanos” (Consilium, 1986:7). Sin embargo, resulta llamativo que en los principales estudios oficiales sobre los mercadillos ambulantes en Andalucía (Censo, 2003 y Comercio Ambulante en Andalucía, 2007) no se haga referencia a esta realidad étnica.

Gamella (1996: 221) ha resumido las características que explican el atractivo que despierta para este grupo étnico la venta ambulante: a) su conocimiento de la economía local y de su potencial donde la demanda y la oferta son irregulares; b) conocimiento de la población y autoridades locales, reconociendo sus necesidades y debilidades; c) su sentido de la oportunidad y la inversión en la elección de bienes y servicios a mercar en el contexto local; d) su movilidad ocupacional y geográfica; e) su capacidad de venta, persuasión, audacia y capacidad de presentación; f) su flexibilidad para adoptar diversos roles, así como limitar costes y el carácter informal y familiar de sus empresas.

Por otra parte, lo que sí parece que ha constituido un factor causal en la transformación de las pautas tradicionales gitanas, ha sido la evolución y cambio de la venta ambulante en España desde mediados de la década de los setenta, coincidiendo con la transición política y en paralelo al desarrollo económico nacional que afectó a todos los sectores del comercio. El comercio ambulante pasó de ser un tipo de venta complementaria de fases económicas y zonas

- 1) Características sociales: Varones (74´1%), entre 41 y 60 años (50%), con una media de edad de 44´3 años, bajo nivel educativo (77 % no superan los estudios básicos), casados (79%), número de hijos (menos de 2 el 72%).
- 2) Equipamiento: sin almacén (77%), furgoneta (79%), mesas (67%).
- 3) Ámbito geográfico: venta en cinco municipios a la semana (78%), sin salir de la provincia (71%), venden en la misma zona todo el año (83%), se desplazan en solitario o en familia (82%), grado de exclusividad ocupacional (90´4%), media semanal de kilómetros recorridos (358 Km.).
- 4) Nivel de empleo: Autónomos (68%), media de personas por puesto (1´6), sin asalariados (74%), con una continuidad en la actividad anual (94´8%).
- 5) Sectores comerciales: Textil-confección (44´7%), Alimentación (20´6%), Calzado (13´2%), Equipamiento hogar (6´2%), Perfumería y complementos (3´1%).
- 6) Gestión: media antigüedad sector 18´2 años, número de días de trabajo (252), aprovisionamiento en fábricas y talleres (41%) o en mayoristas (35%). *Fuentes: MEH (1998); Comercio Ambulante en Andalucía (2007)*

¹⁵La preferencia por la venta ambulante como ocupación entre los gitanos se ha explicado por varias causas. Algunos autores enfatizan los rasgos culturales intrínsecos considerados afines al comercio ambulante como principales motivos de preferencia: los valores de libertad e independencia, la movilidad, la flexibilidad, (Torres et al. 2001: 11). Pero hay que tener en cuenta que estos mismos rasgos se encuentran en otros oficios tradicionales gitanos. De ahí que existan otras causas de tipo estructural como las dificultades para acceder al mercado laboral, la escasa cualificación profesional, el aprendizaje y acceso familiar a la actividad comercial, y la persistencia de prejuicios y actitudes discriminatorias.

preindustriales (más parecido a la buhonería clásica, asociada a actividades semiclandestinas)¹⁶, no periódicas y poco apreciadas, a ser un tipo de comercio profesionalizado, regular, legalizado y aceptado por el público¹⁷. Sin duda el punto de inflexión en la evolución del comercio itinerante fue el paso hacia el establecimiento de rutas y mercados fijos semanales (Canales y Costa, 1984). Este hecho garantizó cierta estabilidad en los ingresos, posibilitó la sedentarización y fijación de residencias pese a la movilidad relativa, mejoró infraestructuras y equipamientos, permitió la especialización de los surtidos, promovió la confianza de los consumidores al reconocer la puntual asistencia, la garantía de calidad y servicio y la posibilidad de compras fiadas y por encargo, promovió la regulación y legalización municipal y estatal del sector, acabó extendiéndose a sectores no gitanos en paralelo a la conquista de mercados importantes. En definitiva, acabó modernizando un campo importante de la economía y a los sectores sociales implicados (Consilium, 1986:179; MEH, 1989:54. San Román, 1997:169).

Pasemos a caracterizar el sector concreto de los mercadillos andaluces¹⁸. Las tablas que siguen corresponden a datos que ya han sido superados en la actualidad, según fuentes del sector, pero que pueden tener un carácter ilustrativo.

Tabla 3. Número de Mercadillos, puestos de venta y empleo generado en Andalucía.

Provincias	Mercadillos	Puestos de venta	Empleo
Almería	101	5537	11049
Cádiz	62	4631	10819
Córdoba	85	3533	8629
Granada	185	4982	10770
Huelva	71	2272	4908
Jaén	99	4938	11977
Málaga	129	7310	16171
Sevilla	109	5485	11715
Andalucía	841	38688	86037

¹⁶La mentalidad económica tradicional no veía con buenos ojos el comercio ambulante, que a veces se toleraba, pero sin que desapareciera por ello la sensación de que era una actividad subalterna. La tolerancia hacia esa actividad iba acompañada, al mismo tiempo, de la conciencia del riesgo de chocar con alguna prohibición. Quienes se dedicaban a la actividad comercial eran conscientes de que su conducta podía ser tachada de inmoral o extramoral. Pero los cambios económicos y sociales de España en las últimas décadas hicieron posible que el comercio no sedentario se presentara como una opción legítima. Esa nueva actitud generó la expansión del comercio ambulante. Se concibió al trabajo comercial como una profesión aceptable, con la fidelidad de los consumidores y el posterior beneplácito de los poderes públicos.

¹⁷Resulta paradójico que en todas las entradas de los pueblos y ciudades de España aparezca el cartel de la prohibición de la venta ambulante, cuando se trata de un derecho legal reconocido, que a lo sumo puede ser regulado pero no prohibido (RD. 1010 de 5-6-1985, y en Andalucía, Ley 9/1988 de 25-11-88). De forma latente dichos carteles siguen arrastrando toda la inercia histórica persecutoria y prohibicionista hacia los gitanos, en la medida en que la venta es una de sus dedicaciones principales.

¹⁸ Agradezco a Ángel Moreno y Fernando Martín, de la Asociación de Comerciantes Ambulantes de Sevilla, su colaboración y generosa información.

Fuente: (Comercio Ambulante en Andalucía, 2007). El empleo generado se obtiene por un muestreo que arroja una media de 2 ' 16 personas por puesto. En la mayoría de los casos son empresas de carácter familiar que acuden a varios mercadillos a la semana.

Tanto en Sevilla como en el resto de Andalucía casi la mitad de los vendedores en mercadillos son gitanos, no obstante, su peso en relación con el conjunto del comercio no sedentario puede ser mucho menor. La cuestión étnica no es considerada en los informes oficiales de Andalucía (Censo, 2003, 2006). Sin embargo, en el informe del MEH de 1998, la distribución étnica de los comerciantes era en Andalucía de: Blancos (80%), Gitanos (14 ' 2%), Negros (1 ' 2%) y Magrebíes-árabes (4 ' 6%). Cifras, que a nuestro entender se alejan mucho de la realidad de los mercadillos, pese a que en ese mismo estudio, el reparto étnico según sectores comerciales a nivel nacional eleva la cifra de gitanos en textil y calzados al 26% y a cifras parecidas en los mercadillos de poblaciones de más de 50000 habitantes (MEH, 1998: 137). Los resultados de nuestra investigación en la provincia de Sevilla arrojan la siguiente distribución:

Tabla 4. Identidad étnica de los comerciantes ambulantes.

Etnia	Porcentajes
Blancos	39
Gitanos	43
Latinoamericanos	5
Magrebíes	5
Subsaharianos	6
Otros	2

Fuente: Elaboración propia a partir de investigación etnográfica en población gitana de la provincia de Sevilla (Mena, 2006).

Lo que sí parece evidente es una tendencia a la profesionalización y regulación del sector, y ello afecta tanto a payos como a gitanos y otras minorías étnicas (subsaharianos, latinoamericanos y magrebíes, fundamentalmente). Ello explica que casi un tercio del total de ambulantes esté asociado. No obstante, la constatación de la incidencia del fenómeno migratorio reciente en España así como los resultados de nuestras propias investigaciones, contrastadas con las informaciones de la Asociación de Comerciantes Ambulantes, elevan la cifra de gitanos comerciantes entre un cuarenta y cincuenta por cien en la actualidad (cifra que puede oscilar dependiendo de los mercadillos y de las localidades). Se observa, por lo demás, un fuerte incremento respecto a las cifras de 1986, 1989 y 1998 del número de inmigrantes dedicados a este comercio.

La periodicidad de los mercadillos suele ser semanal y durante todo el año, aunque en zonas costeras suelen celebrarse importantes y concurridos mercadillos veraniegos. A la venta se

dedican mayoritariamente jóvenes menores de 45 años, hombres, que en el caso de los gitanos suelen estar acompañados por familiares. Su nivel educativo es bajo, además, la ocupación familiar acaba arrastrando al absentismo escolar a muchos niños gitanos.

Tabla 5. Principales mercadillos de Andalucía.

Localidades	Número de puestos comerciales
Almería	319
Cádiz	322
Fuengirola	560
Granada	436
Jaén	387
Jerez	312
Marbella	360
Sevilla-Sur	500
Vícar	307

Fuente: (Comercio Ambulante en Andalucía). 2007

La inmensa mayoría no almacena sus productos en locales adecuados al carecer de ellos. Las furgonetas, de las que son propietarios, son el sistema habitual de transporte, venta y almacenaje (ocasionalmente funcionan como dormitorio y guardería). Éstas suelen estar rehabilitadas para cada tipo de género, cuentan con menos de 3000 Kg. de PMA, tienen menos de cinco años y en su mayoría recorren casi 90000 Kms. de media anual. La mayoría acude a cinco municipios semanales en cinco días distintos a la semana. Según las encuestas del MEH, la mayoría se desplaza de madrugada el mismo día de la venta y comercian el mismo producto todo el año, con una media de antigüedad de ocho años dedicados al sector. En el montaje y desmontaje de los puestos suelen tardar hora y media. De modo sintético, los comerciantes suelen vender casi siempre el mismo tipo de producto, con “una media de 7´1 años vendiendo el mismo producto y 8´2 años dedicados a la actividad, en un gran porcentaje (85%) sin realizar ninguna otra actividad (aunque menor en el caso de los gitanos), trabajando una media de 263 días al año, en el puesto que suele ser suyo en el 89% de los casos y comprando ellos mismos las mercancías (90%), directamente en las fábricas (45%) y/o a mayoristas (25%), realizando la compra de forma individual (90%) y pagando al contado (80%)” (MEH, 1998: 69).

Un día de trabajo cotidiano, en mercados distantes, se inicia a las siete de la mañana y concluye a las cinco de la tarde. El vendedor madruga, carga y viaja de 10 a 150 Kms, con su mujer e hijos pequeños. Llega al mercado antes de las ocho, descarga y monta el puesto, vende cuatro o cinco horas, recoge y carga, viaja de regreso, se surte o repara. La forma habitual de aprovisionamiento es la compra individual y al contado en fábricas y talleres, pero dada la especialización de los sectores se requiere “emplear” un día al mes en viajes y compras en lugares lejanos como el Levante.

Precisamente expresiones como “saber emplear”, “emplear bien”, “la sabiduría del gitano está en emplear con astucia”, “las ganancias están en el empleo”, resumen con acierto uno de los rasgos característicos del trabajo de los comerciantes ambulantes gitanos. Frente a los payos que enfatizarían la venta en sí misma como margen comercial, el vendedor gitano procuraría priorizar la acción de compra, es decir, el “empleo”, saber comprar artículos vendibles a buen

precio y de forma fácil y rápida. El informe de Unión Romani sobre venta ambulante subraya estos aspectos culturales diferenciales: “Una buena inversión es aquella en la que el artículo adquirido tiene una fácil salida. De lo contrario, la mercancía se entretiene y disminuye el efecto multiplicador del capital de inversión. Si esto ocurre durante un largo espacio de tiempo, dicho capital desaparece porque se consume en los gastos generados por la propia actividad y en los domésticos. Esta mentalidad empresarial se desprende de la forma de administrar la economía familiar” (Torres et al. 2001: 20). Dado que la familia necesita recurrir a los beneficios para su supervivencia, si el período de venta de un artículo concreto, en el que se ha invertido un importante capital, se demora mucho tiempo (cambios de modas, competencia y saturación, incidencia de la meteorología), es posible que la inversión no sea ventajosa. Además los medios, instrumentos y gastos ocasionados por los puestos dependen también del “empleo”, dado que se tiende a vender cada género con los medios más justos, vendibles y cómodos de transportar (desde un mero paño en el suelo a un puesto completo). Sin embargo, muchos comerciantes payos entrevistados no están de acuerdo con esta distinción. El buen comerciante carece de diferenciación étnica, y el énfasis en la compra o en la venta depende del saber y experiencia del comerciante.

5. El comercio ambulante gitano. Una economía étnica en peligro.

En las décadas de los ochenta y noventa, el sector del comercio ambulante en España experimentó un enorme desarrollo permitiendo cierta reestructuración y modificación en el sistema ocupacional gitano. En este breve lapso histórico se experimentó, y se hizo posible, cierta ruptura con los modelos económicos tradicionales gitanos anclados en el uso intensivo y sistemático de la informalidad y la economía sumergida. De alguna manera, y paulatinamente, los gitanos andaluces -si bien podemos extender al conjunto de gitanos españoles- encontraron en el comercio ambulante reglado en mercadillos municipales una vía de acceso a la integración, formalidad y a la regularización creciente del sector. Pero en los inicios de este nuevo milenio dicha tendencia parece amenazada por nuevos procesos económicos y sociales que si no encuentran pronto un cauce integral óptimo, solidario y participativo, pueden truncar las esperanzas de futuro de muchas familias gitanas. Dichas amenazas pueden resumirse en las siguientes:

1. Una falta de acceso generalizada a los cauces normales de formación laboral. Si bien es cierto que últimamente se están implementando varios programas encaminados a invertir esa tendencia¹⁹.
2. Nuevos hábitos de compra de los consumidores. La globalización de los mercados y las mercancías dejan poco margen a los productos tradicionales de venta en mercadillos en difícil competencia con, por un lado, las agresivas y numerosas grandes superficies que conjugan ocio y consumo en las conurbanizaciones de nuestras ciudades, y por otro, la penetración de mercancías semi-reguladas consecuencia directa de una especie de globalización subalterna centrada en bazares, factorías y tiendas “todo a cien”.

¹⁹J. M. Fresno (1999:39) incide en esta cuestión: “la necesidad de regularización, normalización y apoyo de las actividades profesionales en las que trabaja un porcentaje importante de población gitana. Ello implicaría el establecimiento de sistemas de transición, adaptación normativa progresiva, incentivos, apoyos técnicos, etc., que permitan reflotar determinadas actividades desarrolladas en el ámbito de la economía sumergida, así como evitar que los gitanos sean expulsados de esas profesiones (especialmente en el caso de la venta ambulante).”

3. Los procesos anteriores encuentran una relación directa con la transformación del sector productivo manufacturero español e internacional (en concreto, calzado, textiles, bisutería, regalos, marroquinería, alimentación) hacia formas laborales y empresariales extremas de informalidad, descentralización, dispersión, flexibilidad, fragmentación, precariedad e invisibilidad (contratos temporales o su ausencia, movilidad, talleres semilegales, trabajo a domicilio, piratería, etc.) (Ybarra, Hurtado y San Miguel, 2001). En todos los sectores y géneros la penetración de mercancías orientales, ya sea por importación, transnacionalización de la producción o por talleres clandestinos, suponen una abierta competencia a las industrias nacionales pero con consecuencias apreciables en los márgenes comerciales de competencia de los vendedores ambulantes.
4. Los límites y trabas administrativas y espaciales por parte de los Ayuntamientos al desarrollo de los mercadillos (ausencia de infraestructuras mínimas, contradicciones, desigualdad y dispersión normativa, desplazamientos en su ubicación, excesiva carga fiscal, etc.).
5. La paulatina desregulación del sector del comercio ambulante hacia formas marginales de venta callejera informal (top-mantas) por parte de inmigrantes que se ven sometidos a un doble proceso de explotación y exclusión (Martínez Veiga, 1989).
6. En relación a la problemática general del sector se destacan los siguientes aspectos (MEH, 1998: 244 y ss.):
 - Vigencia de licencias anuales sin parangón en ninguna otra actividad económica, esta situación crea inseguridad y limita la modernización y las inversiones a medio y largo plazo.
 - Limitaciones en cuanto al horario (apenas cuatro horas de la mañana) y días de los mercadillos, sin tener en cuenta los factores climatológicos y absolutamente incoherentes con la liberalización económica general.
 - Restricciones notorias en cuanto a los artículos, especialmente alimenticios, permitidos a la venta (pese a que en Europa los productos perecederos forman la base principal de este comercio y que el control sanitario debería de ser independiente del lugar concreto de venta).
 - Inadecuación de los lugares donde se celebran los mercadillos.
 - Normativa dispersa y carga fiscal heterogénea (pese a la moderación de las tasas no se tiene en cuenta el horario reducido de venta o las inclemencias del tiempo).
 - Limitaciones a la ampliación de mercadillos y número de puestos.
 - Inexistencia de ayudas o subvenciones a este tipo de comercio sin correspondencia con otras actividades.
 - Una consideración general marginalista hacia el sector.
7. Aunque el grado asociativo y las cooperativas de vendedores ambulantes gitanos ha crecido enormemente en los últimos años (y pese a que la venta callejera informal seguía siendo una práctica ocupacional gitana minoritaria), su número y grado participativo sigue siendo muy escaso. Además, las nuevas prácticas de venta callejera están caracterizadas por una absoluta individualización de las débiles relaciones laborales, el acoso a la venta reglada en mercadillos, la fragmentación y competencia entre inmigrantes y la “intensificación de la explotación jerarquizada” que reproduce la marginalidad y precariedad.

8. Aumento de la competencia entre comerciantes. La competencia no sólo afecta a vendedores ambulantes regularizados respecto a los que ejercen la actividad de forma ilegal, cuyo número suele aumentar debido a la rigidez y dispersión normativa o por una excesiva presión burocrática o fiscal, sino a la presión de los comerciantes estables que constituyen una fuerte oposición en las Comisiones Municipales de Comercio, “cuando se convocan las Comisiones, o cuando es preciso determinar alguna cuestión que afecta a la venta ambulante (ubicación de mercadillos...) se convoca a las asociaciones de comerciantes estables, mientras que con frecuencia los vendedores ambulantes no son citados. En ocasiones, ni siquiera existen asociaciones de vendedores ambulantes o, si existen, la participación gitana es muy escasa” (Torres et al. 2001:70). A estos dos tipos de competencia se une la fuerte incorporación al comercio ambulante de inmigrantes.
9. Escasa participación y capacidad de movilización. El minoritario grado de asociación en cooperativas y asociaciones de los comerciantes ambulantes gitanos se une a la desconfianza y cierta pasividad a la hora de movilizarse o reclamar derechos ante los Ayuntamientos. Frente a los comerciantes estables “los vendedores ambulantes, por el contrario, son tomados siempre por foráneos, con lo cual se ignoran muchas de sus peticiones, porque no suponen graves riesgos electorales. Enfrentarse con los comerciantes estables supone siempre un desgaste político que muchos ayuntamientos no están dispuestos a asumir” (Torres et al. 2001:97). En muchos casos se abusan de las medidas más coercitivas como la prohibición o el simple decomiso de las mercancías, sin la oportuna información, expediente previo sancionador o posibilidad de reclamación.

La supervivencia del sector se encuentra hoy sometida a diversas tensiones que muestran cómo su aparente crecimiento oculta su propia debilidad. La globalización de los mercados y transnacionalización de la fuerza de trabajo y sistemas productivos persiste e incrementa la competencia de los productos de calidad media/baja hacia países y circuitos con claras diferencias en costes salariales y niveles de bienestar (Ybarra, Hurtado y San Miguel, 2001:56 y ss.). La presión a la baja de los beneficios se incrementa con el acceso de nuevos comerciantes inmigrantes y nuevas formas de piratería o incluso con talleres clandestinos en los países más industrializados. Si en origen la producción busca nuevos segmentos de fuerza de trabajo más baratos, en el nivel de la distribución ocurre lo mismo, una creciente informalidad y desregulación. El espacio de la informalidad no se reduce ya sólo a la venta sino al proceso global de la mercancía: descentralización productiva, trabajo doméstico, irregularidad de las empresas, talleres ilegales, invisibilidad del trabajo, piratería. En ese contexto sólo la solidaridad económica y moral de los parientes o la fraternidad moral y religiosa de los gitanos evangélicos de Filadelfia (Mena, 2006), permiten aguantar las presiones competitivas del comercio, la extensión y perpetuación de la precariedad y la exclusión.

Pero lo que el comercio ambulante ha dado a los gitanos es una gran experiencia laboral regularizada, un conocimiento amplio del sector, versatilidad para realizar sus tareas en el grupo doméstico, adaptabilidad a las pautas comerciales empresariales: procurando un aumento de jornadas de mercados, rotación de mercancías y géneros, adaptación a las modas y necesidades de sectores marcados por la fuerte estacionalidad (calzados, ropas, frutas, marroquinería), altos niveles de interacción con la sociedad mayoritaria. Sin embargo, no todos los grupos domésticos fueron absolutamente dependientes de la economía regular. Algunas familias fueron siempre hogares productivos cooperativos en los que se trabajaba irregularmente en su aspecto administrativo, temporal y espacial (San Román, 1997; Fresno, 1999).

Ante momentos de crisis económica o cierre de mercadillos, los gitanos se encuentran mejor y más organizados que nunca y presumiblemente pueden optar por combinar las estrategias tradicionales (Fresno, 1999). A la crisis se responde con la gama tradicional de recursos y estrategias del patrimonio de las formas ocupacionales gitanas, que nunca habían sido olvidadas, que seguían de hecho practicando y fueron reorganizadas en la edad dorada de los mercadillos, pero también con:

- Una intensificación de los mercados, si es preciso salen seis o siete días a la semana.
- La estrategia de la informalidad y la estacionalidad.
- Los pequeños vendedores se verán abocados a prácticas ilegales²⁰.

Si no hay interés de la Administración en políticas de empleo específicas para los gitanos, si no se potencia y regula el comercio ambulante como medio estable de vida para muchos jóvenes gitanos, la población gitana reforzará, de nuevo, las estrategias típicas de grupos domésticos que alternan y diversifican las formas y fuentes de trabajo y renta ante la insuficiencia y dependencia de la economía mayoritaria. Apostarán por la informalidad una vez que ya conocen las reglas, tienen las furgonetas y los mercados. La crisis puede inicialmente compensarse con la informalidad y las ventajas de los Servicios y prestaciones Sociales. Pero el telón de fondo sigue siendo bastante oscuro. El paro juvenil y la ausencia de políticas de formación alternativas están muy presente entre la población gitana (Fresno, 1999). Si el desempleo puede amortizarse en las primeras fases del proceso de desregulación del comercio, precisamente por la incidencia de viejas estrategias, el desempleo creciente posterior dificultará el acceso a las prestaciones que compensaban precisamente el descenso de ingresos (Ybarra, Hurtado y San Miguel, 2001:37 y ss.). La crisis acabará incidiendo sobre el modelo de vendedor típico: escasa cualificación formal pero dotados de capacidades polivalentes, versatilidad y conocimiento de los recursos y redes locales, autonomía y movilidad.

En definitiva, los gitanos vendedores ambulantes se encuentran sometidos en la actualidad a una doble competencia: la del comercio sedentario representado por Asociaciones muy reivindicativas que a cada instante piden restringir o limitar los mercadillos y se opone a cualquier regulación, y por otra parte, el hecho de que cada vez son más payos los que acceden a estas ocupaciones y, además, en la última década, se están incorporando de forma evidente comerciantes inmigrantes. Y esto último ocurre pese al hecho de que la especialización de los géneros de venta parece mitigar, hasta ahora, la competencia étnica entre comerciantes. Los testimonios recogidos en nuestra etnografía sobre este respecto coinciden con el pronóstico de Teresa San Román (1997: 181) sobre una convivencia basada en la especialización étnica. Más preocupante resulta la incorporación de productos de fabricación oriental, gestionados ya en España por redes comerciales y almacenes al por mayor que surten de mercancías importadas a muy bajo precio y que rompen el equilibrio de la oferta y la demanda de los últimos años. Y

²⁰Hay que tener en cuenta que las limitaciones y restricciones a la regularización del comercio ambulante tienen una clara incidencia en las prácticas ilegales de comercio y en la alternativa fácil de la venta de drogas: "Por otra parte, la exclusión laboral afecta directamente a las mujeres gitanas, no sólo indirectamente por la exclusión de su marido. Uno de los datos más elocuentes obtenido en nuestra encuesta es, que mientras el 55% de las mujeres se identifican como vendedoras ambulantes, justo antes de su detención sólo el 25% afirma ejercer esta actividad, mientras un 22% se dedica al "trapicheo". La creciente precariedad e ilegalización del trabajo de venta ambulante, es un factor que impulsa a bastantes mujeres a esta otra rama del comercio. La relación entre las limitaciones de la venta ambulante y el incremento del tráfico de drogas entre la población gitana más pobre, fue mostrada muy claramente en el barrio de los Focos en Madrid a principios de los 90" (Proyecto Barañí, 2000).

entre las medidas para la mejora de la actividad de la venta ambulante destacan: la necesidad de un marco normativo homogéneo que apueste por la regularización y viabilidad de los mercadillos como forma de integración de los gitanos; la dotación de medios suficientes para garantizar la estabilidad del sector; ampliar la oferta de mercadillos con mínimas infraestructuras modernas; incentivar la formación y profesionalización del sector; promover las asociaciones y agrupaciones de comerciantes ambulantes; mejorar las prácticas que garanticen los derechos de los consumidores: facturas, etiquetados, etc.; la erradicación del intrusismo profesional; crear campañas informativas de concienciación sobre el peligro para la salud y perjuicio económico la compra de productos ilegales; el control de origen de los productos; en definitiva, garantizar la tradición y, al mismo tiempo, la modernización de esta economía étnica tan singular.

Y para finalizar, desde nuestro punto de vista, el comercio ambulante desarrollado en mercadillos municipales constituye un conjunto de estrategias económicas cultural e históricamente arraigadas entre los gitanos españoles y andaluces en particular. Tanto por su origen y extensión como por sus características y elementos, permiten ser analizados desde el ámbito de la economía étnica. Nuestro propósito ha consistido, precisamente, en partir de un concepto amplio de economía étnica, que sin reducirlo a las minorías inmigrantes, pueda ofrecer una perspectiva antropológica de la principal actividad económica de los gitanos de nuestro país. Un diálogo comparativo y crítico entre, por un lado, los recursos y planteamientos teóricos, y por otro, los datos de las investigaciones empíricas en los contextos comerciales informales, nos han llevado a caracterizar el comercio ambulante como un tipo de economía étnica singular, basada tanto en los recursos étnicos de los gitanos como en factores históricos, estructurales e institucionales de la sociedad mayoritaria. Pese a la heterogeneidad y complejidad interna del comercio ambulante, los resultados de nuestra etnografía, teniendo en cuenta los factores fundamentales anteriores, discuten la consideración estereotipada de que este tipo de ocupación responda siempre a prácticas marginales o ilegales. De hecho, muchos vendedores ponen en marcha puestos o mercados que les permiten progresar tanto en ingresos como en estatus, integración y movilidad social, contribuyendo a la generación de empleo familiar y riqueza social. Algunos de ellos consiguen abrir negocios comerciales sedentarios y establecimientos al por mayor. Aunque la marginación, la informalidad e ilegalidad de algunas actividades sigue estando presente, no deja de ser minoritaria en el sector. En definitiva, nuestro análisis cuestiona la percepción del autoempleo comercial no sedentario de los gitanos como fenómeno anómalo, preindustrial, marginal y condenado a la desaparición y lo vincula a la vitalidad de estrategias económicas subalternas adaptadas y diversificadas tanto al precapitalismo como a la globalización actual. Pero al mismo tiempo se describen nuevos fenómenos y factores que están incidiendo en la transformación y crisis del sector.

BIBLIOGRAFÍA.

ANDRADE, S. 2005. Diccionario de economía. Madrid: Editorial Andrade.

ARDÉVOL, E. 1991. "Dictamen sobre convivencia y relaciones interétnicas". Estudio sociológico sobre la comunidad gitana en España. Marco Teórico. Madrid: Asesoría de Programas de Servicios Sociales (PASS.) Mimeo.

ARDÉVOL, E. 1994. "Vigencias y cambio en la cultura de los gitanos", en Entre la marginación y el racismo (San Román, T. Comp.). Madrid. Alianza: 61-108.

ARJONA, A. (Dir.) 2005. La economía étnica en el mercado de trabajo almeriense. Sevilla. Consejería de Gobernación. Junta de Andalucía.

ARJONA, A. Y CHECA, J.C. 2006a. "Economía étnica. Teorías, conceptos y nuevos avances". Revista Internacional de Sociología. Vol. LXIV, 45:117-143.

ARJONA, A. (Dir). 2006b. Transformación cultural e identitaria del paisaje económico anadaluz: Emprendedores étnicos y redes sociales. Sevilla. Centro de Estudios Andaluces. Consejería de la Presidencia. Junta de Andalucía.

BELTRÁN, J. OSO, L. Y RIBAS, N. 2007. "Un campo de estudio para el empresariado étnico en España", en Empresariado étnico en España (Beltrán, J., L. Oso y N. Ribas, edits.). Barcelona. Fundación CIDOB-MTAS: 13-40.

BLANCO, C. 2000. Las migraciones contemporáneas. Madrid: Alianza.

BONACICH, E. 1973. "A Theory of Middleman Minorities", American Sociological Review, 88: 583-594.

CACHÓN, L. 1995. "Marco institucional de la discriminación y tipos de inmigrantes en el mercado de trabajo en España". REIS. 69: 105-124.

CALVO, T. 1980. "Las minorías étnicas y sus relaciones de clase, raza y etnia", Documentación Social, 41: 9-33.

CANALES, G. y COSTA, J. 1984. "Focos de comercio ambulante y actividades inducidas: Albaterra y Cox", Investigaciones Geográficas, 2: 87-105. Versión Internet: http://www.cervantesvirtual.com/servlet/SirveObras/02472787547247618976613/catalogo2/200054_05.pdf, (Acceso 15/03/07)

CANTÓN, M., MARCOS, C., MEDINA, S. y MENA, I. 2004. Gitanos Pentecostales. Una mirada antropológica a la Iglesia Filadelfia en Andalucía. Sevilla: Signatura.

CASTELLS, M. 1998. La era de la información. Vol. I. La sociedad red. Madrid: Alianza.

CENSO. 2004. Censo de los Mercadillos de Andalucía: 2003. Sevilla: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

- COMAS, D. 1995. Trabajo, género y cultura. Barcelona: Icaria- ICA.
- COMAS, D. 1998. Antropología Económica. Barcelona: Ariel.
- COMERCIO AMBULANTE EN ANDALUCÍA. 2007. Sevilla: Consejería de Turismo, Comercio y Deportes.
- CONSILIUM. 1986. El comercio ambulante en Andalucía y la modernización del sector. Madrid. (Mimeo).
- CUCÓ, J. 2004. Antropología Urbana. Barcelona: Ariel.
- FRESNO, J.M. 1999. "Las políticas de empleo y la comunidad gitana", Gitanos. Pensamiento y cultura. Revista ASGG. 2: 36-41
- FSG. (Fundación Secretariado Gitano) 2006. "Informe sobre población gitana y empleo". Gitanos. Pensamiento y cultura. Madrid. 32-33: 29-43
- GAMELLA, J.F. 1996. La población gitana en Andalucía. Sevilla: Consejería de Trabajo y Asuntos Sociales.
- GAMELLA, J.F. (Coord). 1999. "Los gitanos andaluces". Demófilo. Sevilla. Fundación Machado, nº 30.
- GAMELLA, J. F. 2002. "Exclusión social y conflicto étnico en Andalucía", Gazeta de Antropología. Granada, nº18. Versión Internet:<http://www.ugr.es/local/pwllac> (Acceso 11-09-06).
- GAMELLA, J.F. 2006. "Oficios gitanos tradicionales en Andalucía (1837-1959)". Gitanos. Pensamiento y Cultura. Madrid. 32-33: 64-73.
- GARRETA, J. 2003. La integración sociocultural de las minorías étnicas (gitanos e inmigrantes). Barcelona: Anthropos.
- GARRIGA, C. 1994. "Trabajo social y servicios sociales en el ámbito de la cultura gitana", en Entre la marginación y el racismo (San Román, T. Comp.) Madrid. Alianza: 171-180.
- GIEMS. 1976. Gitanos al encuentro de la ciudad. Del chalaneo al peonaje. Madrid: Edicusa.
- GIMÉNEZ ADELANTADO, A. 1999. "Los españoles gitanos. Contexto sociopolítico y cultural", Gitanos. Pensamiento y cultura. Revista ASGG, 1: 42-48.
- GMELCH, S. B. 1986. "Groups that don't want in: Gypsies and other Artisan, Trader, and Entertainer Minorities. Annual Review of Anthropology, Palo Alto. USA. 15: 307-330.
- GODELIER, M. 1989. Lo ideal y lo material. Pensamiento, economías, sociedades. Madrid: Taurus.
- GOFFMAN, E. 1989. Estigma. Buenos Aires: Amorrortu.

- GÓMEZ CRESPO, P. 1993. Comprar y vender. Madrid: Eudema.
- KAPROW, M. 1994. "La exaltación de lo transitorio. Gitanos en Zaragoza." Antropología, Madrid. 8: 83-106.
- LAPARRA, M. 2000. "Una perspectiva de conjunto sobre el espacio social de la exclusión. El caso de Navarra". Versión Internet: <http://www.iesam.csic.es/doctrab/dt0005>(Acceso 15/03/07)
- LIGHT, I. 1972. Ethnic Enterprise in America. Berkeley: University of California Press.
- LIGHT, I y BONACICH, E. 1988. Inmigrant Entrepreneurs. Berkeley: University of California Press.
- LIGHT, I. y GOLD, S.J. 2000. Ethnic Economies. San Diego: Academic Press.
- LIGHT, I. 2007. "Economías étnicas", en Empresariado étnico en España (Beltrán, J., L. Oso y N. Ribas, edits.). Barcelona. Fundación CIDOB-MTAS: 41- 68.
- MA MUNG, E. 1992. "L'expansion du comerce ethnique: Asiatiques et Maghrébins dans la region parisienne". Revue Europeenne des Migrations Internationales, 8 (1): 39-60.
- MARTÍN, E. 1998. "Modernidad, identidad y cultura. Relaciones interétnicas en la Andalucía contemporánea", en Anuario Etnológico de Andalucía. 1995-97. Sevilla. Consejería de Cultura: 193-216.
- MARTÍNEZ, R. 1999. "Estrategias para sobrevivir: inmigrantes en la venta ambulante", Intervención Psicosocial. Madrid. Vol. VIII, 2:251-264.
- MARTÍNEZ VEIGA, U. 1989. El otro empleo. La economía sumergida. Barcelona: Anthropos.
- MARTÍNEZ VEIGA, U. 1990. Antropología Económica. Madrid: Icaria.
- MARTÍNEZ VEIGA, U. 1997. La integración social de los inmigrantes extranjeros en España. Madrid: Trotta.
- MENA, I. 2006. Cristo en los mercados. Evangelismo gitano y comercio ambulante. Alicante: Taller Digital-Cervantes Virtual.
- MINISTERIO DE ECONOMÍA Y HACIENDA (MEH). 1989. Venta no sedentaria en España. Informe por Comunidades: Andalucía. Madrid. Vol. III: 33-207.
- MINISTERIO DE ECONOMÍA Y HACIENDA (MEH). 1998. La venta no sedentaria en España. Madrid: Secretaría de Estado de Comercio y Turismo- EPAGRO, S.A.
- MOLINA, J.L y DÍAZ, A. 2007. "Vender en la calle", en Empresariado étnico en España (Beltrán, J., L. Oso y N. Ribas, edits.). Barcelona: Fundación CIDOB-MTAS: 180-193.

- NASH, M. 1994. "Global Integration and Subsistence Insecurity", *American Anthropologist*, 96: 7-30.
- OKELY, J. 1983. *The Traveller - Gypsies*. Cambridge Univ. Press.
- PAHL, R. 1991. *Divisions of Labour*. Oxford: Basil Blackwell.
- PLAN INTEGRAL DE FOMENTO DEL COMERCIO INTERIOR DE ANDALUCÍA 1998-2001. 1998. Sevilla: Consejería de Trabajo e Industria.
- PORTES, A. CASTELLS, M. y BENTON, L. (Eds.).1989. *The Informal Economy*. Baltimore-London: The Johns Hopkins University Press.
- PORTES, A. y STEPICK, A. 1994. *City of the Edge*. Berkeley: University of California Press.
- PROYECTO BARAÑÍ. 2000. *Criminalización y reclusión de mujeres gitanas*. Madrid. Asociación La Kalle. Versión Internet: <http://www.web.jet.es/gea21/sociologico> (Acceso 15/09/05)
- PUJADAS, J. J. 1993. *Etnicidad. Identidad cultural de los pueblos*. Madrid: Eudema.
- RATH, J. y KLOSTERMAN, R. 2000. *Outsider´s Business. A critical Review on Immigrant Entrepreneurship*, *International Migration Review*, 34 (3): 656-680.
- REYNIERS, A. (Coord). 1998. *Économie Tsigane. Une Économie solidaire intégrée à l´économie globale*. Paris. Études Tsiganes (monográfico). Vol. 12. Versión Internet: <http://www.etudestsiganes.asso.fr/tablesrevue/indextexteintegral>(Acceso 15/03/07)
- RIESCO, A. 2003. "Enclaves y economías étnicos desde la perspectiva de las relaciones salariales". *Cuadernos de Relaciones Laborales*. Madrid. 21-2:103-125. Versión Internet: <http://www.ucm.es/BUCM/revistas/rla/11318635/articulos/CRLA0303220103A.PDF> (Acceso 15/03/07).
- RUBIO DÍAZ, A. (Dir.) 1999. *Mercados municipales de Andalucía*. Sevilla: Consejería de Trabajo e Industria.
- RUIZ BLÁZQUEZ, J.J. 2006. "Inmigrantes empresarios", *Andali. Revista Andaluza de Ciencias Sociales*. 5: 69-80.
- SALO, M. 1982. "Introduction. Urban Gypsies". *Urban Antropology*, 11, (3-4): 537-553.
- SÁNCHEZ ORTEGA, Mª H. 1994. "Evolución y contexto histórico de los gitanos españoles", en *Entre la marginación y el racismo* (San Román, T. Comp.) Madrid. Alianza: 13-60.
- SAN ROMÁN, T. 1980. "Los gitanos en el mundo del trabajo", *Documentación Social*, 41: 73-88.
- SAN ROMÁN, T. 1991. "La marginación como dominio conceptual. Comentarios sobre un proyecto en curso", en *Antropología de los pueblos de España* (Prat, Martínez, Contreras y Moreno, eds.). Madrid. Taurus: 151-158.

SAN ROMÁN, T, (Comp.). 1994. (1986). Entre la marginación y el racismo. Reflexiones sobre la vida de los gitanos. Madrid: Alianza.

SAN ROMÁN, T. 1997. La diferencia inquietante. Viejas y nuevas estrategias culturales gitanas. Madrid: S.XXI.

SAN ROMÁN, T. 2002. "Un camino para ganar conocimiento", en Abriendo surcos en la tierra. Investigación básica y aplicada en la UAB (González Echevarría A. & J. L. Molina, coords). Barcelona. Universitat Autònoma de Barcelona: 423-444.

SOLÉ, C. 1995. Discriminación racial en el mercado de trabajo. Madrid: Consejo Económico y Social.

SOLÉ, C.; PARELLA, S.; y L. CAVALCANTI. 2007. El empresariado inmigrante en España. Barcelona: Obra Social La Caixa..

SWAY, M. 1984. "Economic adaptability. The case of the Gypsies". Urban Life. 13 (1): 83-98.

TORRES, A., et al. 2001. Información y asesoramiento a los vendedores ambulantes. Barcelona: Unión Romani.

WALDINGER, R. et al. (Eds.) 1990. Ethnic Entrepreneurs Immigrant Business in Industrial Societies. London: Sage.

WILSON, K. y A. PORTES. 1980. "Immigrants Enclaves. An Analysis of the Labour Market Experiences of Cubans in Miami", American Journal of Sociology, 86:295-319.

WOLF, E. 1987. Europa y los pueblos sin historia. México: FCE.

WOLF, E. 1990. "Relaciones de parentesco, de amistad y de patronazgo en las sociedades complejas", en Antropología Social de las Sociedades Complejas (Wolf, Mitchell y otros). Madrid. Alianza: 19-39.

YBARRA, J.A. HURTADO, J. y SAN MIGUEL, B. 2001. "La economía sumergida revisitada". Sociología del Trabajo, Madrid, 43: 29-69.