

El pequeño comercio textil itinerante. Cambio económico y sociocultural entre los pañeros de Sta. María del Berrocal (Ávila)

The small Itinerant textile trade.
Economic and sociocultural change among the drapers of
Santa María del Berrocal (Ávila)

María Estrella Sánchez Corchero

Universidad del País Vasco - Euskal Herriko Unibertsitatea
Facultad de Economía y Empresa - Ekonomia eta Enpresa Fakultatea
Departamento de Economía Aplicada - Ekonomia Aplikatua Saila
Mariaestrella.sanchez@ehu.eus

BIBLID [ISSN: 1137-439X, eISSN: 2243-9940 (2022), 40; 99-109] Recepción: 11.12.2021
Aceptación: 29.04.2022

Resumen: El colectivo de los pequeños comerciantes textiles de la provincia de Ávila (Santa María del Berrocal en el Valle del Corneja), ha tenido un especial protagonismo en el ámbito social y económico. Este ha pasado tradicionalmente desapercibido en los diferentes estudios antropológicos, culturales y económicos que se han realizado hasta la fecha, al no formar parte del sector económico primario predominante de dicho valle.

Palabras clave: Pañero. Pequeño comercio. Comercio textil itinerante. Cambio económico. Antropología económica.

Laburpena: Avilako (Santa María del Berrocal, Corneja Haranean) ehungintzako merkatari txikien kolektiboak protagonismo berezia izan du arlo sozialean eta ekonomikoan. Hori ez da bailara horretako lehen sektore ekonomiko nagusiaren parte, eta, beraz, orain arte egin diren ikerketa antropologiko, kultural eta ekonomikoetan oharkabean pasatu da.

Gako hitzak: Pixoihala. Merkataritza eskala txikian. Ehun-merkataritza ibiltaria. Aldaketa ekonomikoa. Antropologia ekonomikoa.

Résumé: A partir de l'investigation artistique basée sur la pratique performative contemporaine, l'espace matériel et immatériel, ainsi Les petits commerçants textiles de la province d'Ávila (Santa María del Berrocal dans la Valle del Corneja), ont joué un rôle particulier dans le domaine social et économique. Cela est traditionnellement passé inaperçu dans les différentes études anthropologiques, culturelles et économiques qui ont été menées à ce jour, car il ne fait pas partie du secteur économique primaire prédominant de la vallée.

Mots clés: Drapier. Petite commerce. Commerce textile ambulant. Changement économique. Anthropologie économique.

Abstract: The small textile merchants in the province of Ávila (Santa María del Berrocal in the Corneja Valley) have had a special role in the social and economic field. Traditionally this has not been investigated in the different anthropological, cultural and economic studies carried out to date. This has been the case because they did not belong to the primary economic sector, predominant in the valley.

Keywords: Draper. Small economy. Itinerant textile trade. Economic change. Economic anthropology.

Los físicos solo hablan a los físicos, los economistas a los economistas y todavía peor, los físicos nucleares a los físicos nucleares y los econométras a los econométras. A veces uno se pregunta si la ciencia no llegará a detenerse en una colección de celdas de ermitaño amuralladas en las que cada uno masculle palabras para sí mismo en un lenguaje particular que solo él pueda entender.

K. E. Bowlding (1956)

El pequeño comercio textil, como la mayor parte de las actividades económicas de los países de Europa occidental, ha evolucionado significativamente durante los siglos XX y XXI. Prueba de ello son las cifras que atestiguan que el desarrollo histórico y económico en ese período ha venido acompañado por el de su entorno sociocultural con una facturación estimada por encima de los 3.438,4 millones de euros, más de 1.520 empresas y 25.000 trabajadores, sólo en España en 2018 (Observatorio Industrial del Sector Textil y de la Confección, 2017). El colectivo de los pequeños comerciantes textiles de zonas de la provincia de Ávila, tales como Santa María del Berrocal y el Mirón en el Valle del Corneja, ha tenido un especial protagonismo en el ámbito social y económico, aunque haya pasado tradicionalmente desapercibido en los diferentes estudios antropológicos, culturales y económicos que se han realizado hasta la fecha al no formar parte del sector económico primario predominante en dichos lugares.

El Valle del Corneja es una región caracterizada por su escaso desarrollo económico, donde la actividad textil se desarrolla en el marco de una economía fundamentada en el sector agrícola y ganadero. Este valle está situado en la parte sudoeste de la provincia de Ávila (España) cuyo nombre proviene del río que lo atraviesa, el Corneja, afluente del Tormes, a su vez afluente del Duero. Su territorio perteneció a los Señoríos de Valdecorneja, Villafranca, Señorío de la Villa y Tierra del Puente del Congosto (actuales poblaciones salmantinas de Puente del Congosto, El Tejado, Bercimuelle y Navamorales) y la mitra abulense (Bonilla de la Sierra).

1. LOS PAÑEROS

El hecho de que los pequeños comerciantes textiles no formen parte de ninguna de las tres esferas económicas formadas por agricultores, pescadores o ganaderos (junto a los pastores) y que conformaron y protagonizaron hasta hace bien poco la vida social y cultural "provinciana" no sólo castellano-leonesa tradicional, sino también de muchas pequeñas capitales de provincia, dota de más interés al presente estudio, al representar en su conjunto hasta hace poco tiempo una forma de vida supuestamente incompatible con las formas de vida y desarrollo modernas, y por haber construido la identidad de un colectivo visibilizado, sobre todo, en la España del siglo pasado. Hasta hace poco tiempo todavía ha persistido en las mismas zonas, pero en la mayoría de los casos, objeto de un proceso de adaptación a un nuevo contexto económico global y vertiginoso.

Llama la atención la evolución de estos colectivos dedicados originariamente al oficio de pañero¹, en un proceso en el que no han tenido más remedio que readaptarse o desaparecer, en general influenciados por los importantes cambios de tipo económico de las últimas décadas, tratando de seguir siendo competitivos en un sector en constante cambio. Han debido hacer frente a las exigencias impuestas por el modo de producción dominante, el capitalismo en un proceso de continua articulación con este. Esto nos hace al estudio de la forma de vida de pañero y de sus predecesores, partiendo de una referencia precisa al de la profesión y de una personalidad propia y modo de vida característico para comparar esta primera etapa con las precedentes.

1. El vocablo pañero hace referencia a la persona que vende paños. En el Libro de Asiento de Bautismos y Casados de la Parroquia de Santa María del Berrocal, aparece la voz "pañero" unida al nombre de Francisco González con motivo de su matrimonio el 11 de enero de 1579. Según indica Martín Cuesta (1998), todo nos hace pensar que los pañeros, como fabricantes y vendedores de paños, ya existían con anterioridad en este lugar.

1.1. Valle del Corneja

1.1.1. Santa María del Berrocal y El Mirón

Santa María del Berrocal y El Mirón son dos municipios del oeste de la provincia de Ávila que han sido y aún hoy son representativos de los pañeros, hasta el punto que el primero lo explícita como seña de identidad al colocar una enorme escultura en la entrada del pueblo y al haber cambiado ya en 1963 la festividad anual y su santo patrón para reunir en torno a San Cristóbal a los pañeros que fueron cambiando su modelo profesional para salir de forma motorizada a vender fuera de los límites de Berrocal. Así mismo, ambos municipios pertenecen al partido judicial de Piedrahíta y están enclavados en el Valle del Corneja, a menos de 70 kilómetros de la capital abulense, lindando con la provincia de Salamanca. Tienen también en común la organización política, económica y administrativa de las denominadas "comunidades de villa-tierra" desde el inicio de la Edad Moderna hasta la actualidad.

1.1.2. Comunidades de villa-tierra

Dicha estructura estaba basada en la existencia de una ciudad o una villa con jurisdicción autónoma, definida en cada carta de villazgo, y un territorio perfectamente delimitado sobre el que ejercía esa jurisdicción. Por otro lado, Santa María del Berrocal es prácticamente el único pueblo de la comarca o al menos en el que mejor se puede constatar todavía in situ la pervivencia de aspectos comerciales vinculados aún al modo de vida de pañero, al haber ido desapareciendo de los puntos cercanos, relegándose y concentrándose en él. Más que a un simple cambio en las "costumbres", esto obedece a un proceso paulatino en el que han influido tanto las condiciones externas como las propias exigencias para la práctica de un oficio rentable. También ha incidido, el hecho de poder contar con posibilidades de colocación en otras esferas laborales, fundamentalmente en la construcción, La emigración, así como la entrada de nuevos y más potentes competidores en el comercio textil tanto nacionales como foráneos también han sido factores determinantes en el cambio experimentado. Los recursos disponibles, los modos de ejercer y organizar la profesión, así como las relaciones sociales han jugado un papel determinante en la configuración de la comunidad tal y como se encuentra actualmente.

2. OBJETIVOS

2.1. Generales

- Hacer confluir la ciencia económica con la antropología económica². Al respecto se ha elaborado un cuadro antropológico económico crítico con el fin de adecuar los conceptos pertinentes al estudio del pequeño comercio textil originariamente pañero. Aprovechando dicho encuadre a continuación hemos optado por tratar de comprender, también primero teóricamente y luego analíticamente, la organización social y cultural de los pañeros y pequeños comerciantes del textil, entendida como un campo y un objeto de estudio. En lo que respecta a la teoría económica más propiamente se ha optado por el marco neoinstitucionalista, así como por una comprensión de la articulación sociocultural en tanto que mecanismo conectivo. Esto último sobre todo con el fin de clarificar la situación económica a la que ha ido llegando en los últimos años el pequeño comercio textil (K. E. Boulding).

- Analizar la transformación gradual que ha tenido el comercio textil desde la originaria figura de pañero hacia el pequeño comerciante capitalista estable, pasando por el comerciante textil ambulante. Paralelamente, se parametriza el modo en el que el comercio textil ha generado y evolucionado su actividad económica en el Valle del Corneja, en el estado español y en el extranjero.

2. La confluencia entre economía y antropología dará lugar a la "antropología económica", habiendo un consenso generalizado que ubica sus inicios en la publicación del trabajo de B. Malinowski *The Primitive Economics of the Trobriand Islanders* (1921) al que proseguirán los de R. Firth (1929) y R. Thurnwald (1932). A estos se suma M. J. Herskovits (1940) para quien las sociedades primitivas podían estudiarse recurriendo a principios y métodos propios de la economía. Podemos definir la antropología económica como el estudio de los comportamientos económicos de las personas y de sus organizaciones recurriendo a métodos etnográficos, dando lugar a una interpretación de la teoría económica a partir precisamente de los hallazgos etnográficos.

- Describir las modalidades de ese cambio desde su coexistencia con el modelo transaccional protoindustrial de finales de la Edad Media hasta la globalización actual, donde cohabita con diferentes estructuras de mercado (competencia perfecta, oligopolio y monopolio, entre otras). La Protoindustria es un modelo de producción económica en el ámbito rural que nace a finales de la Edad Media y que tendrá su mayor auge durante la Edad Moderna. De hecho, su etapa de consolidación se sitúa en el siglo XVII, impulsado por el crecimiento demográfico y la prosperidad económica del siglo XVI, y dejará al descubierto la incapacidad gremial de satisfacer las necesidades de producción de esa época. Aún cuando los diferentes agentes económicos fundamentaban su producción en la agricultura, no lo hacían de forma exclusiva, ya que en épocas donde no había trabajo en el campo, las familias de campesinos se dedicaban a otras actividades económicas, tales como las relacionadas con la industria textil que, de este modo, suponían una fuente de ingresos adicionales. En este contexto, en muchos puntos de Europa, entre ellos en el valle que nos ocupa, surgió la figura del mercader emprendedor. Este pequeño comerciante compraba las materias primas, las repartía entre diferentes familias campesinas, cada una de las cuales desarrollaban por separado una parte del proceso de producción textil. Entre los siglos XV y XIX alcanzaron gran fama y renombre los paños de Segovia, ello debido, sin duda, a la abundancia de pastos que facilitaban gran cantidad de lana. No menos famosas han sido las sedas de Almería y Granada en la antigüedad, las de Levante luego, principalmente las de Valencia, pues la benignidad del clima permitía un desarrollo fácil a los gusanos de seda.

- Poner en valor el papel jugado por una variable eminentemente antropológica denominada articulación social, como variable endógena, considerada como aquella variable cuyo valor está determinado por las relaciones establecidas dentro del modelo en el que está incluida y explicativa *per se* del crecimiento y consecuente desarrollo económico, entendiendo el primero en términos de incremento de PIB y el segundo en el más genérico de Bienestar o calidad de vida. Definiremos como articulación social los mecanismos conectivos que funcionan entre los distintos componentes de un sistema social, y que canalizan la transmisión de la acción social y la circulación de bienes y servicios, y que no implicaban necesariamente una pérdida de atributos diferenciales entre las unidades consideradas; es decir, procesos cuya resultante no fuese por fuerza la homogeneización.

- Encuadrar dicha variable dentro de la teoría del crecimiento endógeno, para la que los factores endógenos, tales como el capital humano, la innovación o el conocimiento, contribuyen de manera significativa a potenciar el crecimiento en la medida en que provocan externalidades positivas sobre el crecimiento económico. Efectos *spillover*, *secundarios* o *de derrame*, propios de otras disciplinas como la Ecología donde describen los efectos de una especie sobre hábitats ajenos.

2.2. Específicos

- Revisar críticamente la literatura que aborda la modelización, aplicación y comprobación empírica de modelos provenientes de la ciencia económica y de la antropología económica, que estudian la casuística del crecimiento y desarrollo económico del y en torno al pequeño comercio textil. Esta convergencia de ciencias y, por lo tanto, multidisciplinar, es clave para discriminar y agrupar las diferentes líneas de investigación de las escuelas de pensamiento que abordan el desarrollo del comercio textil.

- Sintetizar analíticamente la compleja realidad actual del pequeño comercio textil dentro de un escenario económico, de facto, globalizado, y que es susceptible de ser modelizado. Para concretar y definir las variables de este modelo, se ha partido, por un lado, de un análisis microeconómico de la actividad textil con el fin de concretar factores de desarrollo y emprendimiento desde una perspectiva antropológica y económica, que permitan inducir las variables del modelo deductivo que pretendemos corroborar. El foco concreto de este análisis microeconómico es el caso particular del sector textil surgido en Ávila, y cuya mayor incidencia económica se viene constatando desde la década de los 80 hasta la actualidad, pero donde su análisis antropológico nos lleva a identificar otras variables, además de la citada articulación social antropológica, que tienen que ver con el carácter emprendedor de sus fundadores o con la estructura de mercado interno arraigadas en dicha provincia.

- Analizar en qué medida los sistemas, y más concretamente, las estructuras de mercado, monopolísticas u oligopolísticas, sobre todo las caracterizadas por la actuación de uno o unos pocos oferentes o productores, respectivamente, actúan en los mecanismos de intercambio económico; impregnan su estructura institucional, e influyen en el equilibrio entre las distintas clases económicas y sociales. Esto en el marco de su relación directa con la obtención de la principal fuente de dinero que supone la venta de productos para el consumo, en una zona donde el sistema interno de mercados provee las condiciones en las cuales los intereses de clases económicas y sociales y de sus representantes convergen y pueden servir bien para igualar las diferentes clases o para diferenciarlas aún más.

- Someter a comprobación empírica la pertinencia y validez del modelo obtenido, previo análisis de las relaciones entre las variables económicas, por un lado, como entre las variables antropológicas más significativas, por otro lado.

- Analizar las diferentes políticas públicas llevadas a cabo en el sector económico objeto de estudio –el textil– haciendo especial hincapié en las políticas de apoyo al emprendimiento aplicadas o potencialmente aplicables.

3. METODOLOGÍA

En cuanto a la metodología propuesta para esta clase de investigación, el enfoque de estudio derivado de la antropología económica, no sólo será uno de los elementos que permitirán la explicación y modelización de una actividad económica, sino que servirá como nexo del resto de modelos teóricos analizados que sustentan el marco teórico general. En concreto, se parte de un análisis microeconómico para, a partir de este, desgranar variables tanto económicas, como socioculturales, entre ellas, la ya mencionada articulación social antropológica, consideradas explicativas en un modelo de crecimiento económico endógeno, así como en las modernas teorías de emprendimiento, próximas a la tradición schumpeteriana, que consideran al emprendedor como un agente de innovación con un papel clave en el crecimiento económico (Ortega Cachón, 2012).

También, consideramos importante analizar la cultura empresarial entendida como el nivel más profundo de presunciones básicas y creencias que comparten los miembros de una empresa, las cuales operan inconscientemente, y definen, en tanto que interpretación básica, la visión que la empresa tiene de sí misma y de su entorno. Estas presunciones y creencias son respuestas compartidas por sus miembros de aprendidas ante sus problemas de integración interna y de subsistencia en su medio externo. Estas respuestas operan inconscientemente, y definen en tanto que interpretación básica la visión que la empresa tiene de sí misma y de su entorno. La cultura suele explicar cosas que de otro modo parecen misteriosas, tontas o irracionales.

Por otra parte, se ha considerado la pertinencia de la observación participante y la toma de datos directamente sobre el terreno, comprobando el grado de articulación entre las distintas formas de producción. Se trata de comprobar las bases económicas, su relación con el marco cultural concreto y los modelos de configuración de cada tipo de trabajo profesional relacionado con la comercialización textil. Siguiendo una lógica metodológica propiamente antropológica, la primera fase de la investigación se corresponde con la revisión de la literatura especializada y posterior construcción del marco teórico con el que poder interpretar la realidad estudiada. La siguiente fase consiste en el trabajo de campo aplicando metodología etnográfica: observación detallada in situ, realización de entrevistas a informantes significativos y consulta de material bibliográfico. La secuencia temporal de la investigación exige un periodo temporal con el que poder abarcar la preparación de la revisión, síntesis y toma de posición teórica, así como para la observación, recogida, organización y ordenamiento de los datos y una tercera fase para el análisis de los datos y la redacción, revisión y contraste del corpus definitivo de la investigación.

4. PARÁMETROS DE LA CULTURA PAÑERA Y DEL PEQUEÑO COMERCIO TEXTIL

Para configurar los resultados la vía utilizada se ha contextualizado en la confluencia de las propuestas de la antropología económica y la teoría económica reciente. Como se ha mostrado, el interés desde la antropología por los comportamientos económicos, las instituciones que se configuran al respecto y las relaciones que se establecen para llevar a

cabo la consecución de los recursos materiales, se muestran como camino muy pertinente. En esta línea la reflexión teórica llevada a cabo, comprobamos la capacidad de una ciencia como la antropología social y cultural para entrar en la reflexión de la esfera económica, aspecto que en determinados ambientes académicos todavía hoy en día ha quedado relegado solamente a la "ciencia económica". Como se ha podido comprender, desde un principio la antropología se acerca a cuestiones propias de las realidades materiales humanas, reflexión que nos remonta históricamente hasta las aportaciones de antropólogos ya clásicos como B. Malinowski y R. Firth entre otros, encargados de poner en marcha el itinerario, al que hemos hecho referencia y planteado críticamente, antropológico económico.

Para descubrir esta conexión antropológico-económica no hemos tenido otra alternativa que recorrer los principales pasos, con una orientación especial y un punto de mira puesto en el comercio. Como se ha justificado, nuestro interés y objeto de estudio se centra en un ámbito cultural marcado por aquél (venta pañera y comercial textil). Sin embargo, más allá de lo que fue un constante debate en el seno de la antropología entre formalistas y substantivistas, al que se sumarían también los marxistas, cada orientación aporta puntos de confluencia con los que detectar y comprender aspectos fundamentales de la economía pañera. Cada una de estas opciones, trató de aportar conocimiento científico, abriendo una vía que podemos indicar como general en torno a los comportamientos y formalismos económicos, el papel y las bases de tipo institucional y las relaciones sociales en definitiva que comportan la acción económica.



Figura 1
Mercadillo en San Vicente de la Barquera, 2017 (Fuente propia)

El desarrollo de dicho cuadro conceptual nos ha conducido a considerar la importancia de la articulación entre modos de llevar a cabo las acciones económicas comerciales de los en un principio pañeros y finalmente pequeños comerciantes textiles, aspecto que nos ha permitido su contextualización productiva y relacional. Contextualización productiva y relacional que como se ha podido comprobar nos ha acercado a la economía pañera y comercial textil, con un enfoque más preciso que el meramente formalista, substantivista o propio del materialismo histórico clásico. La articulación de los modos de producción, también como se ha argumentado teóricamente, exige comprender la forma de articulación social que como se ha visto nos permite una mayor aproximación a los cambios productivos e históricos, en nuestro caso relacionados con el comercio textil, de origen tradicional pero configuración actual que era necesario entender.

El estudio de los pañeros de Santa María de Berrocal se ha rendido objeto de estudio comprensible, no sólo desde una percepción de sus etapas sucesivas y transitorias, sino en virtud de cambios profundos que afectan la base económica de su devenir histórico. Esta forma de enfocar la investigación ha sido más propicia al permitirnos considerar los parámetros de la cultura pañera y propia del pequeño comercio textil, teniendo en cuenta los recursos disponibles, los resultados obtenidos por medio de su trabajo, los modos de obtenerlos y las relaciones de producción. Sin perder de vista los cambios en las condiciones materiales de su día a día, de este modo hemos podido comprender la cultura, parte de las estructuras sociales y la propia historia, fraguadas por los pañeros y comerciantes de esta localidad española.

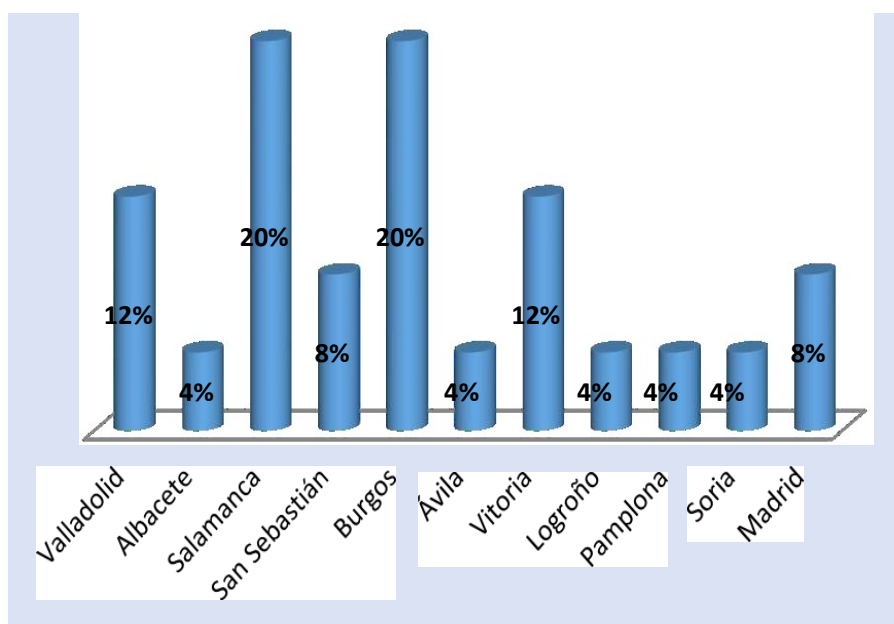


Figura 2

Resultado de la encuesta a pequeños comerciantes textiles con origen en la zona objeto de estudio (2017) (Fuente: propia)

5. ASPECTOS DEL MODELO Y PUESTA EN PRÁCTICA

Se trata de un modelo económico y de puesta en práctica del comercio textil que responde a la denominada pequeña producción del mercado. Esta no pervive de forma independiente, sino que se muestra articulada al modo económico propiamente presente de carácter capitalista y en vigor. En este sentido esta articulación al modo de producción capitalista conlleva una articulación social, que presenta mecanismos de conexión y adaptación a las exigencias del modelo sociocultural propio de la paulatina modernización.

Los nuevos pequeños comerciantes del textil deberán adaptarse a una forma de venta diferente. Con jornadas laborales organizadas de otra manera, nuevos recursos, fundamentalmente lonjas y pequeños establecimientos, y cambios en las relaciones productivas donde tiene lugar el asociacionismo y la introducción de personas asalariadas en una nueva forma de desempeñar el comercio. Por otro lado deberán adecuarse a las vicisitudes generales del pequeño comercio textil urbano, aunque procedente del ámbito itinerante e incluso tradicional pañero.

Aquellos comerciantes que deciden dar este paso, no tendrán más remedio que adecuarse a las nuevas situaciones. La más acuciante en los últimos años, corresponderá a la última crisis económica que les afectará en alguna medida, pero ante la cual serán capaces de responder gracias a las características de su forma productiva (pequeña producción de mercado), sin realmente objetivos de alta o gran capitalización de las inversiones efectuadas, salvo muy contadas excepciones.

5.1. Mecanismos identitarios y asociativos

A pesar de los cambios en las formas productivas estudiados, donde hemos verificado tres modalidades (pañero tradicional, pañero/comerciante ambulante y pequeños comerciantes del textil), se mantienen mecanismos de identidad y reconocimiento como colectivo, muy patentemente. Esta reacción de base cultural y social se ha podido comprobar a través de sus celebraciones festivas y creencias que juegan un factor muy importante como vehículo de identidad, reconocimiento y cohesión.

Este corre por dos vías confluyentes. La primera en virtud de la localidad, Santa María de Berrocal, punto geográfico del que ha partido y en el que se ha centrado fundamentalmente nuestra investigación. Dicha localidad se caracteriza precisamente por ser punto confluyente tradicional muy destacable en cuanto a la existencia pañera como ya se ha indicado. Aunque la economía local también responde y tiene una base importante fundamentalmente agrícola, la presencia de los pañeros fue muy importante históricamente. Las fiestas locales fueron y siguen siendo un momento clave en el que se ponen en marcha mecanismos identitarios y asociativos muy reseñables (Cofradía del Santo Cristo y Asociación Cultural Amigos de San Cristóbal).

No obstante en el sentido indicado, destaca una fiesta propia de los pañeros y pequeños comerciantes en la que toman un protagonismo muy especial. Podemos decir que construyen su identidad en torno a la festividad de San Cristóbal, santo adoptado de manera irrenunciable coincidiendo con un momento primordial del cambio tecnológico y económico: la motorización de los medios de transporte.

A pesar del cambio, los pañeros siguen reclamando su propia identidad y para ello encuentran su fundamento en esta fiesta, en la que ritualmente aparecen dos momentos fundamentales de origen católico-cristiano (la misa y la procesión del santo), junto a otro que es clave tal como es la bendición de autocarros, furgonetas y camiones. La creencia en la protección del santo, responde al mantenimiento de una identidad que asume nuevos elementos y más modernos para su economía. Celebrar la fiesta no se reduce a creer en la benevolencia de San Cristóbal. Pedir su protección ahora, supone solicitar éxito comercial en el emprendimiento y de cara a una forma de vida de cuyo cambio son conscientes estos "nuevos pañeros".

La fiesta de San Cristóbal será motivo de confluencia, a la que seguirán acudiendo aquellas personas que ya no viven en la localidad y que se han instalado fuera con sus propios negocios fijos y estables. A pesar de esta nueva situación saben y reconocen un origen cultural, social y de raíz económica común cuyo núcleo central está en Santa María de Berrocal. Además, junto a las creencias, la fiesta y la celebración, tiene lugar una acción más allá del ámbito propiamente religioso. La necesidad de reconocimiento les lleva a implantar un monumento en honor a los pañeros, instalado en un lugar primordial del pueblo, marcando así la identidad de una parte muy importante de sus pobladores (algunos actualmente residentes en otras localidades), cuya acción y vida como comerciantes (histórica y actual) sigue marcando su existencia cultural y social.

6. DISCUSIÓN

El interés del presente trabajo de investigación radica en los siguientes argumentos. Por un lado, la posible extrapolación del análisis del desarrollo en términos económicos, antropológicos y culturales a cualquier otra actividad económica donde se produzca una evolución similar desde la figura de pequeño empresario, emprendedor o *start-up* en entornos cuya actividad económica principal no sea la propia, en tanto en cuanto dota al agente de una seña identitaria que constituye en sí misma un factor de desarrollo endógeno, verdadera potencial aportación de este trabajo.

Por otro lado, la aplicación de un modelo analítico antropológico a la actividad empresarial del pequeño comercio textil, y su potencial aplicabilidad a cualquier otra actividad empresarial, sobre todo, a las iniciadas por pequeños empresarios, emprendedores o *star-ups*, donde esta perspectiva antropológica-económica subyace de la misma forma que en el pequeño comerciante textil avilés permitiendo, por ende, su modelización. Estos aspectos antropológicos dotan de originalidad al estudio, ya que no aparecen en la literatura económica

ni desde una perspectiva teórica ni, en consecuencia, empírica. Finalmente, el hecho de que los pequeños comerciantes textiles no formen parte de ninguna de las tres esferas económicas formadas por agricultores, pescadores o ganaderos o pastores que conformaron y protagonizaron hasta hace bien poco la vida social y cultural provinciana castellano-leonesa tradicional y de muchas otras pequeñas capitales de otras provincias, dota de más interés al presente estudio, al representar en su conjunto hasta hace poco tiempo una forma de vida supuestamente incompatible con las formas de vida y desarrollo modernas, por haber construido la identidad de un colectivo visibilizado, sobre todo, en la España del siglo pasado.

7. CONCLUSIONES

La acción económica de los pañeros responde a un marco sociocultural que con el tiempo se irá adaptando, pasando desde sus formas de trabajo tradicionales hacia otras nuevas de acorde con las exigencias de aspectos económicos cuya influencia no podrán evitar. En un principio se trata de una forma de realizar esta modalidad de comercio tradicional, sirviéndose de medios y en condiciones propias de un mundo cultural en el que la modernización tomará su tiempo en llegar. En esa situación, hasta prácticamente mediados del siglo pasado se mantienen formas de actuar en torno a sus rutas y maneras de vender, basadas en medios también muy elementales. Los pañeros parecen incrustados en una forma de vida tradicional y se han ido transformando en función de una actividad económica, tal como es el tipo de venta itinerante que venían practicando desde antiguo.

En este entramado cultural, junto a los conocimientos que poseen, tiene lugar y se construye un conjunto de elementos materiales que ellos conocen, nombran y utilizan, cada uno de los cuales ocupa su lugar en virtud fundamentalmente de la venta. Asimismo componen un universo de conocimientos, en cuanto a los usos, las prácticas, etcétera, donde por ejemplo, hemos visto que existieron varas para medir sus paños, o modalidades a la hora de cargar sus mercancías de manera lo más eficaz posible, haciendo uso de los animales. Estos no se cargaban de cualquier manera, la carga exige un cálculo, un orden, una forma precisa de tal forma que sea más rentable y eficaz. También es preciso saber cómo alimentar a los animales, calcular su rendimiento y saber cuidarlos.

Todo ello compone un saber cultural, propio y que caracterizó el trabajo de los pañeros hasta años no tan lejanos, como se ha ido comprobando. Junto a estos conocimientos que pertenecen al ámbito más propiamente tecnológico, hemos comprobado otros, de carácter comportamental, relacionados con aquellas personas –compradores– con los que establecen estrechas relaciones en la práctica de la venta. En este modelo de práctica comercial antigua, los pañeros han sido capaces de establecer relaciones de confianza, fiando y vendiendo en función de las capacidades y situación económica de sus propios clientes. Entre esos y los pañeros se llegan a establecer una serie de relaciones en este sentido, tendentes a la adecuación entre ambas partes, que no serán posibles de la misma manera a medida que cambie el modelo y forma de venta. El conocimiento comportamental y el conocimiento tecnológico son dos aspectos importantes que nos hablan de la forma de economía en la que se insertaba el trabajo de venta desempeñado por los pañeros tradicionales el cual comportaba habilidades comerciales en función de un rendimiento y la obtención de beneficios.

La profesión antigua desempeñada por los pañeros se adaptará a los nuevos cambios tecnológicos procedentes del exterior que afectarán en su acción comercial de cara al mercado. Un momento crucial al respecto tiene lugar con la aparición de los primeros medios de transporte motorizados. Se trata de un cambio que irá penetrando paulatinamente en su contexto laboral y que terminará desplazando totalmente el recurso a los animales. En ese momento se van dejando de lado los usos anteriores y con ello el conocimiento en sus distintas esferas al que hemos hecho mención. Animales como las mulas (*Equus africanus asinus x Equus caballus*) y los burros (*Equus africanus asinus*) son sustituidos en un principio por autocarros (*isocarros*) y furgonetas que posibilitarán otro modo de organización de las ventas y de las rutas y distancias recorridas. El modo de venta varía de manera muy importante. La forma de producción se adapta a la nueva tecnología y da lugar a un cambio profundo en la manera de afrontar la venta itinerante. Poco a poco, a los primeros motocarros y camionetas les sucederán camiones de mayor capacidad, posibilitando un mayor rendimiento a los “nuevos pañeros” capaces de invertir en los nuevos medios productivos.

Un elemento importante perteneciente a la esfera económica y que también incidirá de manera primordial será el mercadillo en el cual integrarán y acoplarán su labor profesional. Con la instauración de esta nueva forma de venta que se irá expandiendo paulatinamente, los itinerarios y rutas cambian. Se descubre una modalidad más eficaz y de mayor rendimiento. Aunque antiguamente los pañeros acuden también a los mercados locales, la difusión del mercadillo ampliará su marco de acción que sumado a los nuevos medios de transporte conllevará variaciones fundamentales para nuestros pequeños comerciantes. El producto textil se integra perfectamente en esta tipología de mercado que suponen los mercadillos. Se trata de un modelo que integra gran variedad de productos (incluido el textil), a precios muy competitivos y asequibles a nivel popular. El nuevo modo de venta también facilitará la ampliación de productos más allá de los que tradicionalmente vinieron ofreciendo los pañeros anteriormente.

Podemos decir que la adaptación a esta nueva modalidad, también itinerante pero de estructura diferente, será la antesala para una nueva adaptación consistente en el paso del mercadillo hacia los pequeños comercios textiles estables y fijos. Estos irán apareciendo en nuevas zonas urbanas, las cuales van ofreciendo nuevos locales, en nuevos barrios, que están disponibles y donde se produce una nueva adaptación, ahora ante una clientela que difiere de aquella que tradicionalmente acude a los comercios ya existentes en las ciudades. Esta nueva forma de comercio para los predecesores de los pañeros tradicionales, también se adaptará en parte a las posibilidades que brindarán los centros comerciales y superficies de nueva creación.

El nuevo modelo responderá a una forma económica sencilla en la que se insertan los intereses económicos familiares. No se trata de grandes movimientos ni de acciones de emprendimiento complejas, aunque excepcionalmente en algunos casos, algunos de estos pequeños comerciantes del textil, llegan a tener varios establecimientos. Al respecto, la propiedad se establece de manera compartida entre generalmente dos socios, modelo en el que se integran "amos" y sus colaboradores, aunque admitiendo la contratación de personas fuera de este nuevo ámbito bien societario o bien familiar.

BIBLIOGRAFÍA

- AGUILERA KLINK, F. "¿La tragedia de la propiedad común o la tragedia de la malinterpretación en economía?", *Agricultura y Sociedad*, 61, 1991; pp. 157-181.
- ACHESON, J. M. "La administración de los recursos de propiedad colectiva", en S. PLATTNER (ed.), *Antropología económica*. México: Alianza, 1991; pp. 475-512.
- BEAUCAGE, P. *Economic Anthropology of the Black Carib of Honduras*, (tesis doctoral). London: London School of Economics, 1970.
- BEAUCAGE, P. "Tendances actuelles de l'anthropologie économique", en L. PILON-LÈ (ed.), *Perspectives anthropologiques*. Montréal: Éditions du Renouveau Pédagogique, 1980.
- BEAUCAGE, P. (dir.) "Présentation. Échange et société: avant et après Mauss, Retour sur le don", *Anthropologie et Sociétés*, 19, 1-2, 1995; pp. 5-16.
- BOULDING, K. E. "La economía de la futura nave espacial Tierra", *Revista de Economía Crítica*, 14, segundo semestre, 2012; pp. 327-338.
- BOURDIEU, P. "Le champ économique", *Actes de la recherche en Sciences Sociales*, 119, 1997; pp. 48-66.
- CONTRERAS, J. "Els Desenvolupaments teòrics de l'antropologia económica", en VV.AA., *Antropología social*. Barcelona: Edicions Proa, 1995; pp. 29-70.
- COOK, S. "The Obsolete 'Anti-Market' Mentality: A Critique of Substantive Approach to Economic Anthropology", en E. E. LECLAIR, H. K. SCHENEIDER (eds.), *Economic Anthropology. Readings in Theory and Analysis*. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1968; pp. 208-228.
- DAVIS, J. "Mercados y metáforas", *Antropológicas*, 9, 1994; pp. 84-92.

- DILLEY, R. "Contesting Markets. A General Introduction to Market Ideology, Imagery and Discourse", en R. DILLEY (ed.), *Contesting Markets: Analices of Ideology, Discourse, and Practice*. Edinbrough University Press, 1992; pp. 1-34.
- DUMONT, L. *Homo Aequalis. Génesis y apogeo de la ideología económica*. Madrid: Taurus, 1982.
- FIRTH, R. *We the Tikopia. A Sociological Study of Kinship in Primitive Polynesia*. Boston: Beacon Press, 1936.
- FIRTH, R. *Elements of Social Organization*. London: Tavistock Publications, 1951.
- FIRTH, R. *Primitive Polynesian Economy*. London: Routledge and Kegan Paul, [1939], 1965.
- GIRARD, B. "Quand les économistes veulent enchaîner la démocratie", *Les Temps Modernes*, 597, 1998; pp. 138-160.
- GODELIER, M. *Instituciones económicas*, Barcelona: Anagrama, 1981.
- GODELIER, M. "Karl Polanyi y 'el lugar cambiante' de la economía en las sociedades", en M. GODELIER, *Lo ideal y lo material*, Madrid: Taurus, 1989; pp. 209-239.
- GRANOVETTER, M. "The Nature of Economic Relations" en S. ORTIZ, S. LEEDS (eds.), *Understanding Economic Process, Monographs in Economic Anthropology*, 10, 1992; pp. 21-37.
- HALPERIN, R. *Economies Across Cultures. Towards a Comparative Science of Economy*. London: MacMillan Press, 1988.
- HERSKOVITS, M. *The Economic Life of Primitive Peoples*. New York: Alfred Knopf, 1940.
- HERSKOVITS, M. *Economic Anthropology. A Study in Comparative Economics*. New York: Alfred A. Knopf, 1952.
- MARTÍN CUESTA, M. A. *Los pañeros de Berrocal. Tradición y modernidad*. Madrid, 1998.
- ALINOWSKI, B. *Los argonautas del Pacífico Occidental*. Barcelona: Península [1922], 1973.
- MALINOWSKI, B. *El cultivo de la tierra y los ritos agrícolas en las islas Trobriand*. Barcelona: Labor [1935], 1977.
- MILLER, D. *Capitalism. An Ethnographic Approach*. Oxford: Berg, 1997.
- MOLINA, J. L. *Manual de antropología económica*, Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona, 2002.
- NAROTZKY, S. *New Directions in Economic Anthropology*. London, Chicago: Pluto Pres, 1997.
- ORTEGA CACHÓN, I. *Políticas públicas para los emprendedores*. Madrid: Euroeditions, 2012.
- PLATTNER, S. (ed.) *Antropología Económica*. México: Alianza Editorial, 1991.
- POLANYI, K. *La gran transformación. Los orígenes políticos y económicos de nuestro tiempo*. México: FCE [1944], 1992.
- RUBIO-ARDANAZ, J. A. "La teoría de los juegos y su aplicación en antropología", *Ethnica*, 20, 1984; pp. 193-204.
- RUBIO-ARDANAZ, J. A. *Trayectorias del conocimiento antropológico. Correlación, descripción e interpretación sociocultural*, Bilbao: A.A.A.P.V., 2011.
- SÁNCHEZ-CORCHERO, M. Estrella, *Los pañeros de Santa María de Berrocal (Ávila). Cambios económicos y socioculturales en las formas de comercio itinerante y consolidación del pequeño comercio textil (siglos XX y XXI)*, (tesis doctoral). Cáceres: Universidad de Extremadura, 2017.
- STAN, S. *Le visage changeant de l'agriculture roumaine. Marché, relations sociales et changement culturel*. Montréal: Presses de l'Université de Montreal, 2002.