

## Trabajo de Final de Máster

# **Una nueva comprensión del Rastro de Madrid como ecosistema socioespacial en disputa: la simbiosis, lo simbólico y lo político como dimensiones analíticas**

### **Estudiante:**

Marc Cornadó Camí

### **Director:**

Chema Segovia Collado

## **Máster Universitario de Ciudad y Urbanismo**

Fecha: 20 de febrero de 2022

*A Jorge, per descobrir-me la seva tercera casa*

## Creative Commons



Esta obra está sujeta a la siguiente licencia CC BY-NC-ND 4.0

Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional

Más información sobre la licencia: [Creative Commons - CC BY-NC-ND 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

## Resumen del trabajo

El Rastro es un mercado de venta ambulante que cada domingo y festivos se celebra en el centro histórico de Madrid. Aunque se trata de una práctica urbana consolidada con una larga tradición, su uso del espacio público genera disputas entre los actores implicados en su desarrollo. Asimismo, la política urbana sobre el Rastro impulsada por los distintos Gobiernos Locales de la ciudad siempre ha estado envuelta de polémica y conflicto, lo cual ha generado desconfianza entre los agentes interesados en su configuración, con especial atención a las vendedoras ambulantes, los comerciantes fijos y el vecindario.

Por todo ello, en esta investigación el diálogo entre la mirada socioantropológica y la perspectiva urbana -ambas desde el conocimiento situado- se implementan a través de técnicas cualitativas como la revisión documental, la entrevista semiestructurada y la observación en el campo, con el objetivo de exponer por qué existen tensiones en el uso del espacio público por parte de este mercado ambulante. A través de un constructo tridimensional *ad hoc* basado en la simbiosis, lo simbólico y lo político, que muestra fricciones en la manera de comprender el objeto de estudio por parte de los distintos agentes implicados, se concluye que el Rastro de Madrid es un ecosistema socioespacial en disputa. Esta nueva aproximación debe ser la base para impulsar una política urbana consensuada y acordada entre los agentes que permita tender hacia la desaparición del conflicto en torno al espacio público que usa este mercado ambulante madrileño.

**Palabras clave:** Rastro de Madrid; mercado de venta ambulante; centro histórico; espacio público; conflicto; ecosistema

**NOTA:** Este Trabajo de Final de Máster está escrito con lenguaje inclusivo. Se usa alternativamente el género masculino y femenino para colectivos en aquellos casos que no existe una palabra para referirse a ambos a la vez. Todos los errores y mejoras en ese sentido forman parte de un proceso de autocritica y aprendizaje por parte del autor.

# ÍNDICE

<b>PRÓLOGO. CAMINO HACIA MADRID, DESCUBRIMIENTO DEL RASTRO</b>	<b>1</b>
1. Presentación	3
2. Planteamiento del problema	5
2.1. Pregunta de investigación	6
2.2. Objetivos de la investigación	6
3. Justificación	7
<b>PARTE I. HACIA UNA APROXIMACIÓN METODOLÓGICA DEL RASTRO DE MADRID</b>	<b>9</b>
1. Marco metodológico	11
1.1. Diseño de investigación	13
1.2. Acercamiento teórico al stakeholder analysis	14
1.3. Técnicas, instrumentos, fuentes de información y resultados esperados	14
2. Consideraciones muestrales	21
3. Apuntes sobre el contexto espacial y urbano del estudio de caso	22
<b>PARTE II. COSTURAS TEÓRICAS Y CONCEPTUALES DEL OBJETO DE ESTUDIO</b>	<b>24</b>
1. ¿Qué es un mercado de venta no sedentaria?	26
2. Aproximación al centro histórico de las urbes	31
2.1. ¿Qué es un centro histórico?	31
2.2. Evolución de los centros históricos	33
2.3. Tensiones	36
3. Perspectivas sobre el espacio público	37
3.1. ¿Qué es el espacio público?	37
3.2. Espacios públicos practicados	39
4. Venta ambulante en las ciudades contemporáneas	41
4.1. Colisiones y grietas conceptuales	41
4.2. Posibilidades de actuación desde la política urbana: casos de estudio	44
4.2.1. Els Encants de Barcelona	44
4.2.2. Feria de San Telmo de Buenos Aires	46
4.2.3. Mercado del centro histórico de Ciudad de México	47
5. A modo de conclusión	50



<b>PARTE III. EL RASTRO DE MADRID. ESPACIO PÚBLICO, USOS Y CONFLICTO</b>	<b>52</b>
1. Evolución histórica del Rastro de Madrid	55
1.1. Orígenes y consolidación progresiva	56
1.2. Primeras décadas del s. XX: aproximaciones desde la regulación específica del Rastro de 1905 hasta la Guerra Civil (1936-1939)	60
1.3. Etapa de la dictadura franquista	62
1.4. Transición y Gobierno Local de Enrique Tierno Galván: estigma, giro punitivista y regulación	64
1.5. Reubicación y reestructuración frustrada de Alberto Ruiz-Gallardón	66
1.6. Propuesta de reordenación de José Luis Martínez-Almeida	67
1.7. A modo de conclusión	71
2. Dimensión espacial del Rastro: espacio público urbano, usos y cruces	72
2.1. Plaza de Cascorro	75
2.2. Calle de la Ribera de Curtidores	77
2.3. Plaza del General Vara del Rey	80
2.4. Calles de Mira el Río Alta y de Mira el Río Baja	81
2.5. Plaza del Campillo del Mundo Nuevo	83
2.6. Área de influencia	85
2.7. El espacio sonoro: ¿cómo suena el Rastro?	87
2.8. A modo de conclusión	89
3. Dimensión sociopolítica del Rastro: agentes, encuentro, significantes y poder	91
3.1. Mapeo de actores	92
3.2. Análisis sociopolítico tridimensional	97
3.2.1. La simbiosis como espacio de encuentro	97
3.2.2. Lo simbólico como construcción de significados y legitimidades	101
3.2.3. Lo político como lugar de disputa de poder	104
3.3. Matriz de stakeholders	110
3.4. A modo de conclusión	112
<b>EPÍLOGO. UNA NUEVA COMPRENSIÓN DEL RASTRO DE MADRID</b>	<b>113</b>
1. Ejes de actuación para la mejora del Rastro de Madrid	115
2. Conclusiones	118
3. Consideraciones finales	120

<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>122</b>
<b>ANEXO</b>	<b>129</b>
I.    Guías de la revisión documental	129
II.   Guías de las entrevistas semiestructuradas	130
III.  Vaciado de las entrevistas semiestructuradas	134

## **PRÓLOGO. CAMINO HACIA MADRID, DESCUBRIMIENTO DEL RASTRO**

*Al Rastro, no es lo mismo ir que estar.*

Iluminada Izquierdo, vendedora del mercado del Rastro





HAMARI



## 1. Presentación

Cuando conocí a mi chico y me explicó que su padre tenía un puesto en el Rastro, no entendí a qué se estaba refiriendo, puesto que nunca antes había escuchado hablar de este emblemático mercado ambulante de Madrid. Mi primera interacción con esa práctica urbana se produjo el 26 de junio de 2016, momento en que me di cuenta que no se correspondía con la idea preconcebida que tenía de esta actividad comercial al aire libre: se situaba en pleno centro histórico de la urbe, los productos que se ofrecían eran muy variados -nuevos, de segunda mano y antiguos- y había mucha gente en las calles de todas las edades y de orígenes diversos.

Tras el recorrido vital que me llevó a trabajar en Madrid en 2019 y a vivir en la ciudad un año después, las visitas al Rastro se fueron sucediendo paulatinamente, hasta que el estallido de la pandemia de COVID-19 paralizó al país y al conjunto del planeta.

El 5 de julio de 2020 participé en la primera concentración que las asociaciones de vendedoras ambulantes convocaron en la plaza de Cascorro ante el plan de reapertura del mercado del Rastro presentado por el Gobierno Local de Madrid. El desacuerdo entre las partes implicadas en el conflicto me empezó a suscitar inquietudes personales, dado que no comprendía cómo una actividad que se producía al aire libre no había reemprendido su celebración cuando los centros comerciales estaban abiertos con restricciones.

Ante este escenario, empecé a leer sobre las disputas históricas que habían envuelto al Rastro de Madrid y a vincularlas con el desarrollo de la Feria de San Telmo, en Buenos Aires, lugar donde viví durante seis meses. Este pensamiento relacional me abrió la puerta a introducirme en el tema de esta investigación, que versa sobre la tensión que causan los mercados de venta ambulante en su uso del espacio público en el centro histórico de las ciudades, asunto conflictivo que desde la política urbana de distintas capitales se ha tratado y gestionado de diferente forma y que, en este texto, se concretiza en el estudio de caso del Rastro de Madrid.

Este Trabajo de Final de Máster presenta una estructura direccional y, para ello, se dispone un total de cinco bloques que discurren mediante el entrelazamiento coherente de los temas, los conceptos y las ideas alrededor de esta práctica urbana, explicando en qué orden se procede, cómo y, sobre todo, destacando las ideas más relevantes alrededor de los asuntos abordados en modo de conclusión sintética.

El presente bloque, titulado **PRÓLOGO. Camino hacia Madrid, descubrimiento del Rastro**, sirve como encabezamiento del estudio, puesto que en él se expone el planteamiento de la indagación, la problemática detectada, la pregunta de investigación, los objetivos de la misma y su justificación.

En la **PARTE I. Hacia una aproximación metodológica del Rastro de Madrid**, se presenta el diseño metodológico, elemento imprescindible para velar por el buen hacer investigador y, al mismo tiempo, una herramienta que muestra las bases sobre las que se constituye el estudio, con una especial mención a las técnicas, los instrumentos y las fuentes de información usadas, así como también a los resultados esperados.

En la **PARTE II. Costuras teóricas y conceptuales del objeto de estudio**, se expone un desarrollo teórico basado en tres conceptos que vertebran la investigación: *mercado de venta ambulante*, *centro histórico* y *espacio público*. Estas ideas que se examinan de forma separada, aunque de modo dialogado, confluyen en el análisis de tres casos de estudio que muestran distintas posibilidades de actuación desde la política urbana en torno al conflicto sobre el espacio público que ocupan los mercados ambulantes en el centro histórico de las urbes.

Tras la sedimentación de las bases conceptuales, las problemáticas y sus matices, en la **PARTE III. El Rastro de Madrid. Espacio público, usos y conflicto** se presenta empíricamente el estudio de caso que constituye el alma de esta investigación. Para ello, se efectúa una división en tres grandes apartados: la evolución histórica del Rastro, donde se explica desde los orígenes los cambios y transformaciones que se han sucedido, así como también las problemáticas y enfrentamientos a su alrededor; la dimensión espacial, en la cual se formula un recorrido del espacio a pie de calle con una mirada analítica a la altura de los ojos; y, por último, la dimensión sociopolítica, en la cual se mapean los agentes que confluyen en el Rastro y se analizan las disputas alrededor de los significantes, el poder y los intereses que despierta este espacio público.

Finalmente, como cierre del estudio, el **EPÍLOGO. Una nueva comprensión del Rastro de Madrid** sintetiza las ideas más relevantes que se han presentado durante el documento. En base a ello, se enumeran un conjunto de campos a tratar y de propuestas que pueden ayudar a mejorar el desarrollo del mercado ambulante, las cuales se fundamentan en una nueva comprensión del objeto de estudio contorneada a lo largo de la investigación.

## 2. Planteamiento del problema

El Rastro de Madrid es un mercado ambulante que se sitúa en el centro histórico de la urbe y que a lo largo de la historia ha sido influido por los cambios sociales, culturales, económicos y políticos que se han desarrollado en la ciudad. Así pues, aunque originalmente fue un lugar donde las clases bajas de Madrid iban para comprar los objetos y utensilios que necesitaban a un precio más económico, en la actualidad sus mercancías se han diversificado, conviviendo distintas zonas donde se pueden encontrar, entre otros, cuadros, cómics, ropa, artesanías, cachivaches diversos, libros de segunda mano y fotografías antiguas, una combinación de lo nuevo y lo viejo (Aramayona, 2019). Esta mezcla hace del mercado una atracción turística, que se amalgama con el hábito de aquellas personas madrileñas que van cada domingo al Rastro para encontrar gangas y objetos extraños. A ese *collage* se le tiene que añadir las singularidades de la zona en la que se ubica, en el barrio de Embajadores, un lugar especial característico por sus calles angostas, poco lineales, con muchas cuestas y unos edificios antiguos que han sido últimamente rehabilitados.

Este escenario urbano es, a la vez, un lugar en disputa, un foco de fricción por el uso del espacio público en el que se monta el mercado ambulante; así pues, a lo largo del tiempo ha sido foco de estallidos cíclicos que han llevado a las vendedoras del Rastro a manifestarse, recoger firmas y convocar concentraciones para salvaguardar su ubicación y su configuración actual. Esta situación conflictiva, que es el eje central del presente trabajo, supone entender el objeto de estudio desde la complejidad y la multidimensionalidad de su ser, dado que en él confluyen multitud de intereses contrapuestos por parte de los actores implicados. La comprensión holística de toda esa red de agentes, así como de sus relaciones y objetivos particulares, es esencial para entender la disputa por el espacio público que late debajo de la cotidianidad.

Ante ese marco, la desconfianza emerge como un elemento distanciador entre los actores -en especial, las vendedoras ambulantes, los comerciantes fijos, el vecindario y el Gobierno Local-, lo cual genera fuertes suspicacias cuando desde esta última instancia se emprende una política urbana que afecta -directamente o indirectamente- al desarrollo del mercado ambulante. Estos dos elementos, desconfianza y conflicto en la toma de decisiones sobre el Rastro desde la política urbana, abren un escenario en el que se debe focalizar en cómo se comprende esta realidad, punto en el que se halla el problema inicial sobre el que se asienta esta investigación.

En síntesis, en el presente Trabajo de Final de Máster se busca entender qué es el Rastro de Madrid desde un punto de vista socioantropológico y urbano, con la finalidad de explicar los múltiples motivos por los que existe un disenso sobre el uso del espacio público que, a su vez, genera desconfianza entre los agentes interesados.

## 2.1. Pregunta de investigación

En esta investigación se analiza el Rastro de Madrid desde una mirada multidimensional capaz de captar el amplio abanico de variables, incisos, matices, agentes y vínculos que lo configuran y que, a su vez, ayudan a enriquecer el objeto de estudio.

El problema práctico planteado se concreta en una pregunta de investigación que enlaza todo el documento y que conduce el hilo expositivo del texto:

- **¿Por qué existen conflictos alrededor del uso del espacio público por parte de los mercados de venta ambulante en los centros históricos de las ciudades?**

Esta pregunta de investigación enmarca la dirección del estudio y pone de relieve que la problemática tratada no es un fenómeno de fricciones único del Rastro de Madrid, sino que también emerge en otras urbes.

## 2.2. Objetivos de la investigación

Para dar respuesta a la pregunta de investigación formulada, se estipula el siguiente objetivo general (OG):

- **OG:** Explicar los motivos por los que existe un conflicto sobre el uso del espacio público en el mercado del Rastro de Madrid

Asimismo, con la finalidad de alcanzar este objetivo general, este se desagrega en tres objetivos específicos (OE) que ayudan a exponer niveles de profundidad inferiores y que, conjuntamente, permiten responder a la pregunta de investigación de este Trabajo de Final de Máster:

- **OE1:** Exponer cómo se ha abordado históricamente desde el Gobierno Local de Madrid la problemática de la gestión de la venta ambulante en el Rastro



- **OE2:** Identificar cuáles son los actores interesados en el uso del espacio público del mercado del Rastro de Madrid
- **OE3:** Concretar cuáles son los intereses que cada actor tiene sobre el espacio y la posición social que ocupan en el campo del Rastro de Madrid.

### 3. Justificación

La pandemia de COVID-19 ha puesto de manifiesto de forma explícita un conflicto latente que, de manera cíclica, aparece en Madrid: la disputa por el espacio público que cada domingo y festivos ocupa el mercado del Rastro. En esta ocasión, la virulencia de la situación sanitaria llevó al cierre de la actividad durante ocho meses, cinco de los cuales (de junio a octubre de 2020) sirvieron para mantener negociaciones sobre cómo reabrirlo. Finalmente, tras 28 manifestaciones convocadas por las asociaciones de vendedoras ambulantes del Rastro, este reabrió al 50% durante diez meses, desde el 22 de noviembre de 2020 hasta que el pasado 26 de septiembre de 2021 se montaron el 100% de los puestos en su ubicación habitual, en contra de la voluntad del Gobierno Local (Europa Press, 2021). Estos acontecimientos demuestran la existencia de un espacio en disputa, una zona de fricción en la que los diferentes actores implicados luchan por su control.

El presente estudio pretende comprender este conflicto que ha tenido varios estallidos a lo largo de su historia, entre los que se destacan en los últimos 40 años los siguientes: la regularización del Rastro y reducción del número de puestos llevada a cabo por Enrique Tierno Galván, en 1984; el intento de Alberto Ruiz-Gallardón de reordenar los puestos para reducir nuevamente sus dimensiones y abrir otro Rastro en una zona cercana a Mercamadrid; y, finalmente, el intento de José Luis Martínez-Almeida de trasladarlo de espacio con motivo de la reapertura a raíz de la pandemia. La comprensión es necesaria para profundizar en el significado del propio mercado ambulante, la importancia que tiene en el seno de la cultura madrileña y las relaciones que se establecen entre espacio público, visitantes, vendedoras ambulantes, comerciantes fijos y vecindario, entre otros.

El entendimiento del objeto de estudio desde su complejidad relacional, así como también la toma de conciencia de los intereses contrapuestos que aglutina, es

condición *sine qua non* para proyectar una nueva política urbana sobre el Rastro capaz de dar respuesta a las problemáticas planteadas con un doble objetivo:

- Conseguir que los diferentes agentes interesados sientan y valoren el mercado del Rastro como propio, un elemento histórico-cultural emblema de la ciudad que deben cuidar y velar para su mantenimiento futuro.
- Alejar los focos de discusión sobre el mercado ambulante, abriendo un diálogo sosegado sobre este entre los distintos actores implicados y, en base a este hecho, introducir consensuadamente las mejoras oportunas en la normativa.

Así pues, con esta investigación se pretende construir una nueva comprensión sobre el Rastro de Madrid desde una perspectiva relacional, conflictiva, urbana y socioantropológica para que, desde esta aproximación analítica, en un futuro se puedan emprender políticas urbanas acordadas y pactadas por todos los agentes para que la disputa en el uso del espacio público que ocupa el mercado ambulante tienda a desaparecer.

## **PARTE I. HACIA UNA APROXIMACIÓN METODOLÓGICA DEL RASTRO DE MADRID**

*Una, dos y tres. Una, dos y tres.  
Lo que usted no quiera, para el Rastro es.*

“Una, dos y tres” - Patxi Andión





TODO DE PLATA

PRISE

NOTICIA DE LA...



El presente Trabajo de Final de Máster tiene como objeto de estudio el Rastro de Madrid, una actividad urbana que, por su carácter complejo, debe analizarse desde una perspectiva multidimensional que permita abordarlo de forma holística.

Para la consecución de los objetivos específicos y, consiguientemente, alcanzar el objetivo general dando respuesta a la pregunta de investigación, hay que explicar la manera en que se va a trabajar y establecer los procedimientos que se van a seguir. Asimismo, ha de exponerse un detallado diseño planificativo del conjunto del proceso investigador que dé fiabilidad, coherencia y solidez al estudio y que se enmarque bajo las premisas del método científico. En ese sentido, cabe destacar que “el método depende del tipo de disciplina” (Eco, 2014, p. 134) y, por lo tanto, debe ajustarse a las necesidades del objeto a estudiar.

Por todo ello, en esta **PARTE I** se presenta el marco metodológico que orienta el estudio, el *stakeholder analysis*, los resultados esperados una vez aplicadas las técnicas e instrumentos de investigación, así como también unas consideraciones muestrales y espaciales necesarias para abordar el objeto de estudio.

## 1. Marco metodológico

Este Trabajo Final de Máster es de carácter empírico y es resultado de la combinación de dos tipos de aproximaciones que son complementarias y cuya conjunción guarda relación directa con el objeto de estudio: una mirada socioantropológica, que permite la adopción de una perspectiva micro, una visión a pie de calle que cuestiona lo que hay alrededor, que pone las personas en el centro del análisis y que busca vínculos entre aquellos elementos aparentemente inconexos; y una perspectiva urbana, que incide en las relaciones entre actividad social y económica con el espacio de la ciudad, facilitando abordar el Rastro de Madrid desde un nuevo lugar.

Así pues, el marco metodológico mediante el cual analizar el objeto de estudio es necesariamente abierto. La naturaleza viva del mercado, su índole relacional -tanto desde desde el punto de vista interpersonal como espacial-, la variedad de actores implicados y su configuración recursiva -relación entre aquello que permanece estoicamente al paso del tiempo, lo que se adapta y lo nuevo-, hacen del Rastro una actividad que debe estudiarse en las claves propuestas.

Asimismo, para realizar un buen proceso de investigación donde las personas tienen un papel fundamental en la configuración del objeto de estudio, hay que apuntar la pluralidad de intereses -incluso contradictorios-, poderes y variables que cruzan el Rastro. En base a esto, el *stakeholder analysis* se convierte en la herramienta de estudio básica, trabajando desde un tipo de comprensión que entiende que

Lay people, in short, are not passive or active, dependent or autonomous, believers or sceptics. Rather, they are a complex mixture of all these things, and much besides, including the ability to live with or entertain a considerable degree of "ambiguity", "inconsistency", or "contradictoriness" in belief and actions (Williams, 2001, p. 147, citado en Olivier de Sardan, 2018, p. 179).

Así pues, se comprende que la ambigüedad y las contradicciones son características de las personas sin ser negativas *per se*, sino constitutivas de la naturaleza cambiante de la subjetividad humana ante realidades no estáticas y contextos variables.

Por otro lado, es importante considerar el rol que la persona investigadora desempeña en una aproximación de este tipo, dado que

De todas las ciencias sociales, la antropología (o la sociología del trabajo de campo) es aquella en la que *el rol metodológico de la propia persona del investigador* (su observación, su escucha, sus relaciones personales, su intuición, etc.) es más importante, al nivel particular de la producción de datos. La subjetividad del antropólogo es un punto de paso obligado del trabajo antropológico sobre el terreno, es una característica en cierto modo profesional, fundamental e ineludible. Esta subjetividad está arraigada, por otra parte, en una intersubjetividad, en la medida en que la investigación procede mediante el diálogo con otras subjetividades (Olivier de Sardan, 2018, p. 133).

En correspondencia a lo expuesto, este estudio se asienta sobre el conocimiento situado (Haraway, 1995), que implica que este "se crea a partir de conexiones parciales entre posiciones materiales y semióticas (...). Estos conocimientos son parciales ya que surgen a partir de las circunstancias semiótico-materiales de las posiciones y articulaciones que están en continua transformación" (Montenegro y Pujol, 2003, p. 303). Por lo tanto, las posiciones de cada sujeto son generadoras de visiones distintas de la realidad social.

Adicionalmente, hay que considerar la naturaleza (inter)subjetiva de la persona investigadora. Así pues, en este estudio imprimo la mirada de un 'yo situado' en una posición ideológica de izquierda, mediante un proceso de lo que Pierre Bourdieu (2000, p. 98) llama "objetivar al sujeto objetivante", esto es, de autoanálisis de la propia posición social, cuyas ideas derivadas no han de sesgar la realidad estudiada.

## 1.1. Diseño de investigación

El diseño de investigación establece la estrategia metodológica desarrollada para la consecución de cada uno de los objetivos específicos. Así pues, la mirada crítica sobre el Rastro de Madrid se construye a partir de los elementos de la *Tabla 1*.

**Tabla 1: Matriz de objetivos específicos, nivel y diseño de investigación**

OBJETIVO ESPECÍFICO (OE)	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN
OE1. Exponer cómo se ha abordado históricamente desde el Gobierno Local de Madrid la problemática de la gestión de la venta ambulante en el Rastro	Investigación documental Investigación exploratoria o de campo
OE2. Identificar cuáles son los actores interesados en el uso del espacio público del mercado del Rastro de Madrid	Investigación documental Investigación exploratoria o de campo
OE3. Concretar cuáles son los intereses que cada actor tiene sobre el espacio y la posición social que ocupan en el campo del Rastro de Madrid	Investigación exploratoria o de campo

Fuente: Elaboración propia

En el presente estudio se combina una modalidad de investigación basada en lo documental con otra de carácter más observacional y explorativa (Rico *et al.*, 2006). La primera de ellas constituye la base de la **PARTE II**, en la cual se desarrolla el marco teórico-conceptual que da orientación y vertebra la investigación, así como también tiene peso en la **PARTE III**, donde se despliega de manera específica el análisis empírico, contando esta también con datos secundarios que ayudan a profundizar en la comprensión histórica del Rastro de Madrid.

Por otro lado, la investigación exploratoria emerge como el núcleo de la **PARTE III**, en la cual la recolección de datos directos, esto es, primarios, es de vital importancia para analizar críticamente el objeto de estudio.

Con todo, el uso combinado de ambos tipos de investigación muestra la necesidad de realizar un análisis multivariable que permita la relación constante entre los elementos estudiados y su comprensión como un todo que configura el objeto-espacio.

En el campo social y espacial del Rastro, los agentes interesados emergen como actores activos de la configuración del objeto de estudio. Por ello, el *stakeholder analysis* se emplea como método de investigación básico, particularmente útil en la consecución del segundo y el tercer objetivo específico (OE2 y OE3).

## 1.2. Acercamiento teórico al *stakeholder analysis*

El *stakeholder analysis* se define como

Un enfoque o procedimiento holístico para obtener una comprensión de un sistema y evaluación del impacto de los cambios que allí se producen, mediante la identificación de los actores clave o *stakeholders* y la evaluación de los respectivos intereses en el sistema (Grimble y Wellard, 1997, p. 175).

Este método de análisis permite definir los aspectos más relevantes de un sistema social y/o natural afectado por una decisión o acción, identificar individuos o grupos que son afectados por estas partes del sistema -se pueden incluir entidades humanas y generaciones futuras- y, finalmente, priorizar estas personas o colectivos para implicarse en el proceso de la toma de decisiones (Reed *et al.*, 2008).

En ese trazado de aproximación a la realidad, para Robin Grimble y Kate Wellard (1997) los *stakeholders* son todos aquellos agentes que ocupan una posición dentro del sistema a analizar, estén o no organizados. Su diferente participación en la configuración del objeto, en este caso el Rastro, es esencial para conseguir un equilibrio entre los distintos intereses. La existencia de visiones y voluntades contrapuestas no impide que haya elementos comunes preciados que deben ser desentrañados y cuya existencia es valorada por todos los actores.

El uso del *stakeholder analysis* es útil para desarrollar una buena política urbana de gestión del espacio público, dado que tiene en cuenta la selección, la eficacia, la efectividad y la evaluación de la situación de partida. Por todo ello, para alcanzar los objetivos específicos, cabe identificar los *stakeholders* del Rastro de Madrid, documentar sus necesidades, evaluar y analizar sus intereses e influencia dentro del juego de actores y explorar cuáles son sus propuestas.

## 1.3. Técnicas, instrumentos, fuentes de información y resultados esperados

Los diseños de investigación expuestos, tanto el documental como el exploratorio, requieren de una serie de técnicas, instrumentos y actividades para poder materializarse. La adecuada relación entre estos y los objetivos específicos permite realizar un análisis riguroso sobre el Rastro. En esta investigación se usan las técnicas cualitativas, que posibilitan una aproximación micro que facilita una mayor profundización en la realidad social. Así pues, junto a la revisión documental, se utilizan otros “dos grandes modos de producción de datos: las *entrevistas*,



transformadas en datos mediante la transcripción, y las *observaciones*, transformadas en datos mediante la descripción” (Olivier de Sardan, 2018, p. 103).

**Tabla 2: Matriz de diseño de investigación, técnicas e instrumentos de investigación**

DISEÑOS DE INVESTIGACIÓN	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	INSTRUMENTOS
Investigación documental	Revisión documental	Guía de la revisión documental
Investigación exploratoria o de campo	Entrevista	Guía de entrevista, cuaderno de notas, ordenador, teléfono móvil
	Observación	Diario de campo, cuaderno de notas, mapas del espacio, teléfono móvil

Fuente: Elaboración propia

- **Revisión documental**

La revisión documental permite acercarse a las fuentes bibliográficas existentes que hablan sobre el objeto de estudio de forma ordenada y estructurada (Gómez, 2012). Esta investigación cuenta con el análisis de una gran variedad documental: bibliografía académica (*papers*, conferencias), periódicos (digitales y en papel), vídeos (programas de televisión especializados, documentales), revistas, libros y documentos técnicos de referencia (leyes, ordenanzas municipales).

- **Entrevista**

El tipo de entrevista utilizada es la semiestructurada individual (Vallés, 2014), que es la más adecuada al contexto específico de la investigación atendiendo a criterios de profundidad a abordar y a la complejidad del objeto a estudiar.

Se realizan un total de seis entrevistas a personas que representan a colectivos con intereses directos o indirectos en el Rastro, tal y como figura en la *Tabla 3* (ver fragmentos transcritos en el **ANEXO**).

**Tabla 3: Entrevistas realizadas**

NOMBRE DEL AGENTE	ROL DEL AGENTE	DIA DE LA ENTREVISTA	DURACIÓN DE LA ENTREVISTA	MODALIDAD DE LA ENTREVISTA
Florentino García	Vendedor ambulante del Rastro	3 de enero de 2022	29m 15s	Presencial
Mayka Torralbo	Portavoz de la Asociación Cultural El Rastro Punto Es	5 de enero de 2022	57m 07s	Presencial
Jesús González	Portavoz de la Asociación de Vecinos “El Rastro de Madrid”	15 de enero de 2022	36m 31s	Telefónica
Alejandra Seijas	Fotógrafa y creadora de la cuenta de Instagram “Todo Rastro”	17 de enero de 2022	22m 30s	Presencial
Manolo González	Presidente de la Asociación de Comerciantes Nuevo Rastro Madrid	17 de enero de 2022	34m 47s	Telefónica
Daniel Pérez	Asesor del Concejal Presidente del distrito Centro José Fernández	24 de enero de 2022	58m 57s	Telefónica

Fuente: Elaboración propia

- **Observación**

La observación es una técnica de investigación mediante la cual la persona investigadora explora la realidad analizada en el lugar en que se produce (Kawulich, 2005). En esta investigación, el tipo de observación usada tiene las siguientes características (López y Sandoval, 2016): estructurada, puesto que el objeto de análisis está ya definido, esto es, el Rastro de Madrid; de participación pasiva, ya que la persona que la realiza está presente en el lugar pero no interactúa con los agentes de su alrededor; y, por último, se desarrolla en el campo, esto es, en el espacio que ocupa el mercado del Rastro en los días en los que se monta.

Para este estudio, se realizan un total de siete días de observación, que se ajustan a las necesidades y posibilidades horarias, como se expone en la *Tabla 4*.

**Tabla 4: Observación en el Rastro de Madrid**

DÍA	HORARIO DE VISITA	OBJETIVO DE LA OBSERVACIÓN
Miércoles 8 de diciembre de 2021	11:00-13:00	Ver cómo es el mercado del Rastro en un día festivo
Domingo 12 de diciembre de 2021	11:00-13:00	Recorrer las calles del conjunto del mercado y analizar los comportamientos de las visitantes, su interacción con las vendedoras ambulantes y el entorno, con especial focalización en plaza de Cascorro y en la calle de la Ribera de Curtidores
Domingo 2 de enero de 2022	08:00-11:00	Recorrer las distintas calles que desembocan en las vías con puestos ambulantes desde las paradas de transporte público: metro La Latina, metro Tirso de Molina, metro de Embajadores y metro Puerta de Toledo. Observar cómo se montan los puestos y las interacciones entre las vendedoras ambulantes
Domingo 9 de enero de 2022	13:00-16:00	Recorrer las calles del conjunto del mercado y analizar los comportamientos de las visitantes, su interacción con las vendedoras ambulantes y el entorno. Ver cómo se desmontan los puestos y ver cómo queda espacio público cuando se marchan las vendedoras ambulantes
Domingo 16 de enero de 2022	11:00-13:00	Recorrer las calles del conjunto del mercado y analizar los comportamientos de las visitantes, su interacción con las vendedoras ambulantes y el entorno, con especial focalización en la plaza del General Vara del Rey, en las calles Mira el Río Alta y Baja y en la plaza del Campillo del Mundo Nuevo
Lunes 17 de enero de 2022	16:00-18:00	Ver cómo es la zona del Rastro cuando no hay mercado, los cambios de uso y el tipo de público que acude durante la semana
Domingo 6 de febrero de 2022	13:00-16:00	Recorrer las calles del conjunto del mercado y analizar los comportamientos de las visitantes, su interacción con las vendedoras ambulantes y el entorno. Tomar fotografías del entorno.

*Fuente:* Elaboración propia

Por otro lado, una vez definidas las técnicas de investigación utilizadas, estas se llevan a la práctica mediante instrumentos de investigación. En este sentido, se han usado la guía de revisión documental, la guía de entrevista y el cuaderno de campo.

- **Guía de revisión documental**

Dada la diferente naturaleza de la **PARTE II** y de la **PARTE III**, en el **ANEXO** se muestran las dos guías de revisión documental usadas: la primera de ellas tiene un enfoque más teórico, de reflexión sobre los conceptos constitutivos que subyacen en

el objeto de estudio; y la segunda se caracteriza por facilitar una aproximación al estudio del Rastro, sus características intrínsecas y sus componentes singulares.

- **Guía de entrevista**

La guía de entrevista estructura una serie de temas generales que es necesario abordar con la persona entrevistada (Gómez, 2012). Dada la diferente índole de los actores que conforman el Rastro, no se sigue un modelo de guía de entrevista único, sino que este se adecúa según la posición ocupada por el agente entrevistado (ver **ANEXO**).

- **Diario de campo**

El diario de campo recoge las experiencias, conversaciones escuchadas, vicisitudes, situaciones y atmósferas que se perciben durante la observación. El conjunto de anotaciones, relacionadas unas con otras y con los instrumentos de investigación anteriores, permite realizar una descripción detallada del Rastro de Madrid. La anotación del día, la hora y el lugar de aquello escrito en el diario es un rasgo fundamental para extraer la información de forma más concreta y poder relacionarla con variables temporales y espaciales.

En definitiva, la coherente relación entre las técnicas cualitativas, los instrumentos de investigación y las fuentes, permite exponer los resultados esperados en la *Tabla 5*.

**Tabla 5: Matriz de objetivos específicos, técnicas, instrumentos, fuentes y resultados esperados**

OBJETIVOS ESPECÍFICOS (OE)	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	INSTRUMENTOS	FUENTES	RESULTADOS ESPERADOS
OE1. Exponer cómo se ha abordado históricamente desde el Gobierno Local de Madrid la problemática de la gestión de la venta ambulante en el Rastro	Revisión documental	Guía de la revisión documental	Bibliografía académica (artículos académicos, conferencias), periódicos (digital y en papel), vídeos (programas de televisión especializados, documentales), revistas, libros, documentos técnicos de referencia (leyes, ordenanzas municipales)	Documento resumen de los hitos históricos que han marcado las distintas fases del Rastro, sus características y puntos de inflexión
	Entrevista semiestructurada	Guía de entrevista, cuaderno de notas, ordenador, teléfono móvil	Personas entrevistadas: Mayka Torralbo, portavoz de la Asociación Cultural El Rastro Punto Es; Manolo González, presidente de la Asociación de Comerciantes Nuevo Rastro Madrid; Daniel Pérez, asesor del Concejal Presidente del distrito Centro José Fernández; Florentino García, vendedor ambulante del Rastro; Jesús González, portavoz de la Asociación de Vecinos “El Rastro de Madrid”	Informe sobre la percepción de la evolución histórica del Rastro por parte de los actores entrevistados
OE2. Identificar cuáles son los actores interesados en el uso del espacio público del mercado del Rastro de Madrid	Revisión documental	Guía de la revisión documental	Bibliografía académica (artículos académicos, conferencias), periódicos (digital y en papel) vídeos (programas de televisión especializados, documentales), revistas, libros, documentos técnicos de referencia (leyes, ordenanzas municipales)	Listado de nombres de los actores relacionados con el Rastro que han sido mencionados en las fuentes analizadas

OE2. Identificar cuáles son los actores interesados en el uso del espacio público del mercado del Rastro de Madrid	Entrevista semiestructurada	Guía de entrevista, cuaderno de notas, ordenador, teléfono móvil	Personas entrevistadas: Mayka Torralbo, portavoz de la asociación El Rastro Punto Es; Manolo González, presidente de la Asociación de Comerciantes Nuevo Rastro Madrid; Daniel Pérez, asesor del Concejal Presidente del distrito Centro José Fernández; Jesús González, portavoz de la Asociación de Vecinos “El Rastro de Madrid”; Florentino García, vendedor ambulante del Rastro; Alejandra Seijas, fotógrafa y creadora de la cuenta de Instagram “Todo Rastro”	Esbozo de relaciones influyentes (y grado de intensidad) para los distintos actores entrevistados
	Observación	Diario de campo, cuaderno de notas, mapas del espacio, teléfono móvil	Realidad sociopolítica y espacial observada en el Rastro de Madrid	Listado de actores identificados en la celebración del Rastro
OE3. Concretar cuáles son los intereses que cada actor tiene sobre el espacio y la posición social que ocupan en el campo del Rastro de Madrid.	Entrevista semiestructurada	Guía de entrevista, cuaderno de notas, ordenador, teléfono móvil	Personas entrevistadas: Mayka Torralbo, portavoz de la asociación El Rastro Punto Es; Manolo González, presidente de la Asociación de Comerciantes Nuevo Rastro Madrid; Daniel Pérez, asesor del Concejal Presidente del distrito Centro José Fernández; Jesús González, portavoz de la Asociación de Vecinos “El Rastro de Madrid”; Florentino García, vendedor ambulante del Rastro; Alejandra Seijas, fotógrafa y creadora de la cuenta de Instagram “Todo Rastro”	Documento detallado sobre los intereses expresados por cada uno de los actores entrevistados, así como la autopercepción sobre su posición dentro del Rastro
	Observación	Diario de campo, cuaderno de notas, mapas del espacio, móvil	Realidad sociopolítica y espacial observada en el Rastro de Madrid	Descripción sobre el comportamiento social de los actores del Rastro durante la celebración del mismo

Fuente: Elaboración propia

## 2. Consideraciones muestrales

El Rastro de Madrid es una actividad urbana en constante evolución, un sistema en el que se amalgaman permanencias y transformaciones que conforman su ser. Si bien se sabe en qué calles y plazas se montan los puestos de vendedoras ambulantes, esto no permite una clarificación nítida de los actores que lo configuran (OE2), así como tampoco del ámbito de influencia del mercado (OE3). En este punto, el diálogo entre la mirada socioantropológica y la perspectiva urbana -ambas desde un conocimiento situado- emerge como clave de bóveda para desentrañar la naturaleza del Rastro.

Es por ello que la aplicación de las técnicas de investigación de la observación y, sobre todo, de la entrevista, sirve como medio para la concretización de las fuentes a consultar, mediante un muestreo no probabilístico en bola de nieve. Este “se basa en la idea de red social y consiste en ampliar progresivamente los sujetos de nuestro campo partiendo de los contactos facilitados por otros sujetos” (Marín-Crespo y Salamanca, 2007, p. 12). Esta técnica muestral ayuda a la conformación de un mapeo de actores, ideas y espacios que configuran el Rastro. Con todo, las fuentes de las entrevistas expuestas en la *Tabla 3* surgen a partir de contactos preliminares que, mediante el boca-oreja y la conversación, se relacionan socialmente con otros agentes. Además, este hecho ayuda a desenmarañar la profundidad de los vínculos entre actores interesados en dicho espacio.

Por último, cabe apuntar que el acercamiento teórico-contextual y el análisis crítico-analítico desarrollado a partir de la aplicación de las técnicas de investigación y el muestreo especificado, desembocan en una serie de reflexiones y propuestas constructivas que se dirigen a todos los actores que conforman el propio Rastro y, en especial, a los que tienen capacidad decisoria desde el punto de vista normativo y legal.

### 3. Apuntes sobre el contexto espacial y urbano del estudio de caso

El Rastro de Madrid se sitúa en una zona contingente a La Latina y Lavapiés<sup>1</sup>. Este último es el nombre que recibe una plaza del centro histórico de Madrid, donde se sitúa la parada de metro homónima y, por extensión, una zona del barrio de Embajadores, en el distrito Centro de la ciudad. Esa área común, reconocible por la sociedad madrileña, no existe de forma oficial como entidad administrativa, como tampoco La Latina. Por lo tanto, sus límites territoriales son difusos, si bien popularmente se entiende que comprende la zona entre la plaza de Tirso de Molina, el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía y El Rastro. Este último espacio, aunque tampoco existe oficialmente<sup>2</sup>, tiene como espina dorsal la plaza de Cascorro y la calle de la Ribera de Curtidores. Por todo ello, cabe entender que Embajadores, El Rastro, La Latina y Lavapiés se superponen geográficamente dentro del objeto de estudio.

**Figura 1: Vista satelital del Rastro de Madrid**



Fuente: Google Maps

En las últimas décadas, los centros históricos de las ciudades han empezado a ser recuperados por las clases medias y altas. Las políticas urbanas de tinte neoliberal

---

<sup>1</sup> El apartado se focaliza en este último debido a haber sido objeto de estudios sociourbanísticos recientes, así como también por ser un paradigma del proceso de gentrificación de los centros históricos de las ciudades. Su *boom* en los últimos años ha comportado la extensión de este proceso a las zonas aledañas.

<sup>2</sup> La indefinición administrativa en torno a qué es el Rastro impide que haya datos sociodemográficos concretos y específicos sobre esta zona de Madrid.



han facilitado la atracción de inversiones privadas, que han tenido como consecuencia la aparición de un proceso de gentrificación y del surgimiento de una transformación socioespacial del tejido barrial. Lavapiés ha sufrido de forma paradigmática -y, por extensión, también La Latina y las zonas más cercanas- los efectos de esas acciones políticas, basadas en un proceso sucesivo que, según Jorge Sequera (2013), consta de cuatro etapas: reinversión de capital de origen privado que permite rehabilitar viviendas y espacios públicos; llegada de sectores poblaciones con un capital económico y cultural mayor; transformaciones sobre el paisaje urbano; y, finalmente, desplazamiento y/o expulsión de los grupos poblaciones con un menor número de recursos económicos. Este fenómeno social ha ido ligado a una posición de clase que intenta hegemonizar los espacios públicos de relación y socialización, incorporando modernos estilos de vida que crean una nueva subjetividad colectiva. En ese sentido,

Las clases medias que alimentan los procesos de gentrificación que afectan a tantos centros urbanos buscan precisamente eso: hibridación cultural, abigarramiento inofensivo de gentes diferentes, paisajes multicolores que le den un aire "internacional" a su cotidianeidad (Delgado, 2016, p. 93).

La transformación de Lavapiés ha sido favorecida por los planes de rehabilitación pública del parque de vivienda, la instalación de instituciones como el Teatro Valle-Inclán (segunda sede del Centro Dramático Nacional), la concentración en dicha área de un gran número de vivienda de uso turístico y una política de marketing urbano basado en la multiculturalidad y el cosmopolitismo (Sequera, 2020).

Todos estos factores dibujan un espacio en constante transformación y expuesto a dinámicas de agentes externos que chocan con la reivindicada idea de barrios populares. Estas tensiones, bajo las cuales subyacen multitud de intereses económicos en la nueva fase de los centros históricos, deben tenerse en cuenta a la hora de estudiar en profundidad la disputa sobre el uso del espacio público en el Rastro.

## PARTE II. COSTURAS TEÓRICAS Y CONCEPTUALES DEL OBJETO DE ESTUDIO

*Iba cada domingo a tu puesto del Rastro a comprarte  
carricoches de miga de pan, soldaditos de plata.*

“Con la frente marchita” - Joaquín Sabina







Como paso previo al análisis empírico del Rastro de Madrid y sus problemáticas inherentes, así como también para enmarcar la pregunta de investigación, es preciso elevar la escala de enfoque y abstraerse momentáneamente de la realidad concreta. En este sentido, mediante la revisión documental, hay que acercarse a las distintas partes constitutivas del objeto de estudio desde un punto de vista teórico y aproximarse a los marcos analíticos que sustentan conceptos centrales de este Trabajo de Final de Máster como *mercado de venta ambulante*, *centro histórico* y *espacio público*.

En la **PARTE II**, estas tres ideas, que resuenan a lo largo del texto y conforman su columna vertebral, se presentan sucesivamente de forma individual -aunque de modo dialogado- hasta confluir en la exposición de tres casos de estudio internacionales. Estos ejemplifican distintas posibilidades de actuación del poder público en la gestión de mercados de venta ambulante en el centro histórico de las ciudades.

## 1. ¿Qué es un mercado de venta no sedentaria?

Los intercambios comerciales han sido, desde un punto de vista histórico, una de las razones de ser de la ciudades, uno de los motivos por los cuales grandes cantidades de personas se juntan sobre un área territorial específica y conviven juntas. La relación de compraventa dialoga con otros elementos constitutivos de las urbes como, por ejemplo, la producción y la dinamización del espacio público, la búsqueda de innovaciones sociales y tecnológicas para mejorar el bienestar del conjunto de la ciudadanía, la respuesta a las primeras necesidades y la formación. Por todo ello, este tipo de relación se erige como un eje central en la forma de relacionarse de la gente. En ese sentido, “el comercio local no es sólo un activo de tipo económico, sino un recurso que construye ciudad aportando vitalidad, seguridad, multifuncionalidad, autonomía, economía y sociabilidad” (Nel-lo, 1995, p. 14). Este conjunto de variables conversan con el entorno urbano y forman parte de la esencia mercantil.

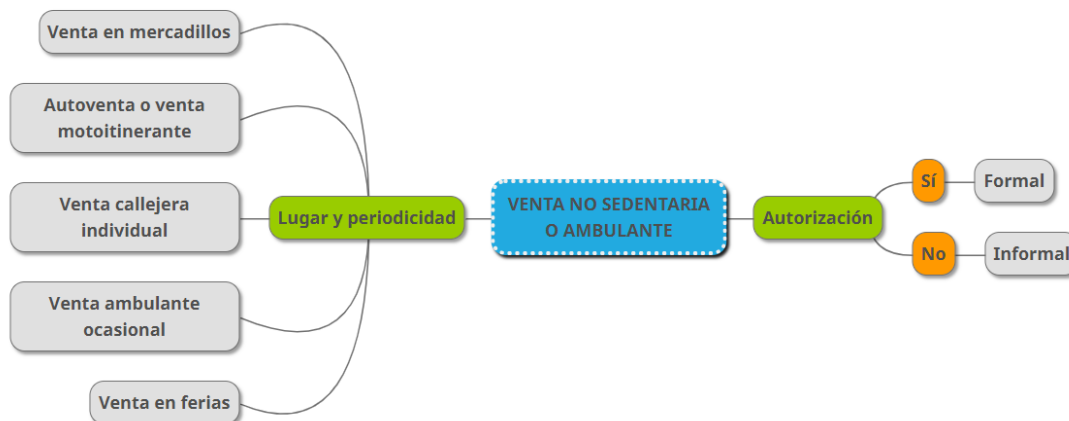
La actividad comercial ha ido evolucionando a lo largo del tiempo en múltiples caminos y de diferentes maneras, a través de procesos de especialización, con la experimentación de nuevas formas de estructuración, vehiculándose hacia espacios específicos y territorialmente delimitables, e incluso desmaterializándose (aparentemente), tal y como ha sucedido con el reciente desarrollo de la digitalización que ha sacudido a las sociedades contemporáneas. En ese sentido, es remarcable

que el proceso de transformación del intercambio comercial y su relación con el espacio urbano no se da tanto por superación, sustitución y desaparición de aquello previo, sino por acumulación y permanencias, que no están exentas de problemas y conflictos. Dicho en otras palabras, aunque en la actualidad las modalidades comerciales son mayores, esto no ha supuesto una defunción de la forma analógica tradicional del cara a cara, en la cual la conversación es una herramienta indispensable de seducción y de convencimiento para la compra de productos (Torralbo, 2020). Así pues, a pesar de las dinámicas de cambio apuntadas y de las fricciones que provocan sobre este tipo de actividad, los comercios sedentarios y no sedentarios siguen siendo una realidad en las urbes, configurando identidades propias y significados colectivos. En este trabajo se fijará la atención en los segundos, que son aquellos que no tienen una tienda fija y se conocen popularmente como venta ambulante (Cano, 1993).

En el caso español, la venta ambulante es una actividad reconocida legalmente y que, además, tiene una reglamentación propia asociada, como en el caso de la Comunidad de Madrid, que define esta modalidad de venta como “la realizada por comerciantes fuera de un establecimiento comercial permanente, de forma habitual, ocasional, periódica o continuada (...), en instalaciones comerciales desmontables o transportables, incluyendo los camiones-tienda”(Ley 1/1997, Reguladora de la Venta Ambulante de la Comunidad de Madrid, Artículo 2). En base a esta normativa, la Administración Pública otorga autorizaciones y reconoce derechos y deberes. Aun con lo anterior, el reconocimiento y la existencia de procedimientos administrativos no implican la plena formalidad de la actividad, dado que su naturaleza escapa de la normatividad que trata de imprimir el marco legal. Ese desajuste entre ambos campos es variable según los casos, con grados de espontaneidad distintos que dotan a la venta ambulante de unas características propias. En ese sentido, una idea que orienta la mirada de este estudio es la de informalidad urbana, entendida como las prácticas sociales y económicas no formales, incluso al margen de la ley, “que se dan forma o se manifiestan en el entorno urbano” (AlSayyad, 2004, p. 28, citado en Aramayona, 2019, p. 90).

Desde un punto de vista de los tipos ideales weberianos, esto es, entendiendo la taxonomía como elemento puro a la que se deberá añadir las matizaciones anteriores, se puede clasificar la venta ambulante según la existencia o no de autorizaciones entre formal e informal.

**Figura 2: Tipos de venta ambulante**



Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, se encuentran diferentes tipos de venta ambulante según el lugar y la periodicidad de la actividad: venta en mercadillos, autoventa o venta motoitinerante, venta callejera individual, venta ambulante ocasional y venta en ferias (Cano, 1993).

Dentro de este abanico de posibilidades, en el contexto español, la venta ambulante en mercadillos es la más importante y la que tiene una mayor preponderancia social. Esta modalidad se caracteriza por los siguientes factores:

- No existe un establecimiento comercial permanente enclavado dentro de un edificio
- El proceso comercial se realiza al aire libre
- Hay una periodicidad de tiempo y lugar en la celebración del mercadillo
- La periodicidad no es diaria
- Las instalaciones de las personas comerciantes son móviles o semifijas, de fácil instalación y traslado

En las últimas décadas, fruto de un 'intento de proceso de regularización'<sup>3</sup> de un amplio espectro de actividades económicas que en el pasado cabalgaban en la ilegalidad y/o la informalidad, se ha producido una evolución hacia la profesionalización de este sector. Asimismo, han aumentado las iniciativas de asociacionismo de comerciantes para la defensa de sus derechos, así como también se ha caminado hacia el uso de nuevas herramientas de mercadotecnia y de atención

<sup>3</sup> Se habla de un 'intento de proceso de regularización' porque esta no ha sido total. Cabe tener en cuenta que la propia naturaleza de la actividad, así como también la falta de correspondencia plena con la lógica burocrática y racional de la Administración Pública, hace complicada la adecuación legal plena de la venta no sedentaria.

al público que han elevado su proyección externa (Cano, 1993). Pese a estas recientes vías trazadas, hay que matizar que las comerciantes no forman una única comunidad homogénea y estrictamente estructurada, sino que hay diversidad de miradas, intereses superpuestos y distintos grados de voluntad de acción pública. Por todo ello, los cambios expuestos han de ser entendidos como nuevas realidades que no son extensibles a la totalidad de la actividad.

Este nuevo escenario se enmarca dentro de un contexto histórico cambiante en el cual la complejización de las relaciones multinivel y las luchas en el campo económico (Bourdieu, 1997) empujan hacia el amoldamiento de la tradición al fenómeno de lo glocal (Beck, 1998; Robertson, 2003). Un ejemplo de ello es la comprensión de la venta ambulante como “un reflejo local de una serie de dinámicas que tienen lugar a escala global” (Cervantes, 2014, p. 4), como es la transacción de mercancías fabricadas a miles de kilómetros y que han llegado a través de una compleja red logística de transporte internacional. Así pues, ha de ser comprendida no como una hecho bipolar que confronta las tríadas ‘global-industria-organización’ y ‘local-espontaneidad-libertad’, sino como una realidad sincrónica en la que se conectan dichos elementos.

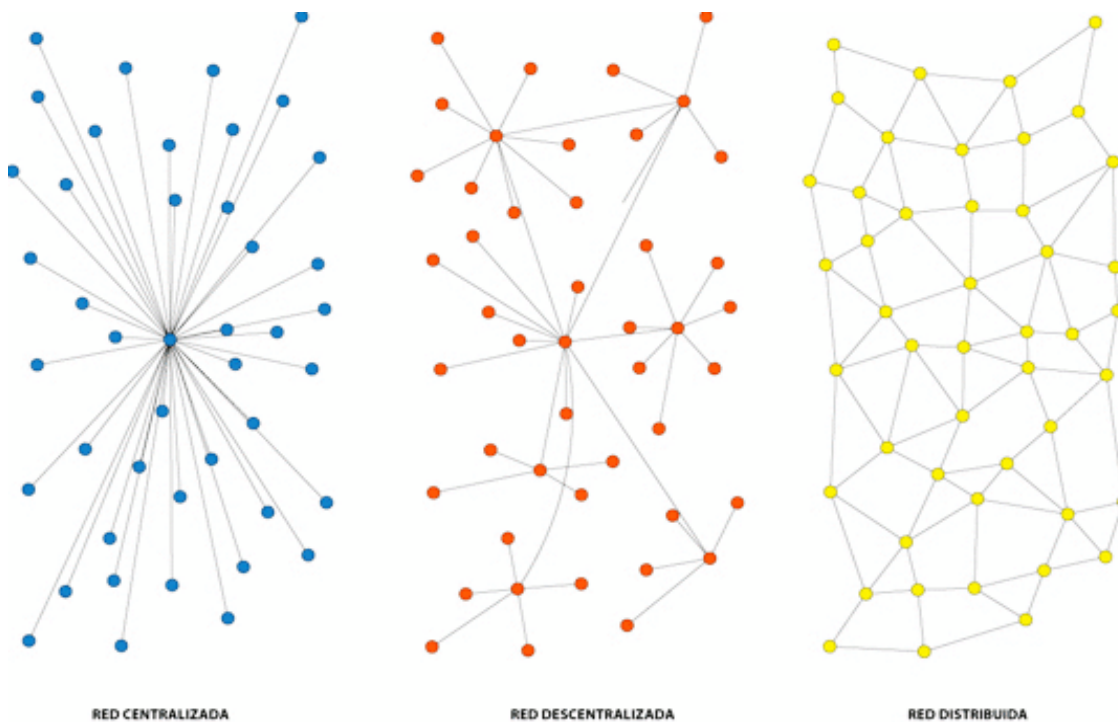
Por otro lado, en esta investigación es de suma importancia comprender que la venta en mercadillo no es un ente aislado en las urbes, sino que se apoya en una serie de redes económicas, productivas y sociales que se tejen en el seno del espacio en el que se desarrollan. Un ejemplo de este hecho es que en las ciudades españolas más grandes los puestos del mercadillo van itinerando por distintos barrios en diferentes días de la semana, lo cual convierte a esta actividad urbana en un elemento reconocido de proximidad. En este sentido, el vecindario lo siente como algo suyo, como una realidad arraigada en la vida del barrio. Allí emergen relaciones duraderas aun con el carácter no permanente de la actividad, dado que

Su función social va más allá del intercambio comercial y de facilitar productos con bajo coste económico, porque, ante todo, son espacios para el encuentro social intergeneracional, interclasista e intercultural. Su ambiente es la calle, al aire libre, lo que facilita relaciones más espontáneas y poco encorsetadas, donde se establecen vínculos de confianza, cooperación y amistad entre los vendedores, los clientes y comerciantes, y entre los propios usuarios. De hecho, en algunos enclaves, son el único centro de encuentro entre los vecinos, y en otros, casi el único medio de adquirir artículos, si exceptuamos el comercio online (Torralbo, 2020, p. 212).

Desde un punto de vista interno, no se configuran como redes centralizadas ni descentralizadas, sino como redes distribuidas (véase *Figura X*). En estas, las vendedoras ambulantes son parte de una trama horizontal en la que los nodos

-puestos de venta- tienen igual importancia, si bien algunos tienen más conexiones que otros (Cervantes, 2014). Este matiz es relevante, dado que esta posición puede acarrear, por ejemplo, la existencia de liderazgos implícitos, desigualdades en el acceso a recursos de distinto tipo y alianzas entre actores de diferente naturaleza, componentes que subyacen de forma implícita a la horizontalidad (tal vez aparente).

**Figura 3: Red centralizada, descentralizada y distribuida**



Fuente: La economía callejera en las ciudades contemporáneas (Cervantes, 2014, p. 6)

El concepto de *red distribuida*, acuñado por Paul Baran (1964) y desarrollado por David de Ugarte (2007), se caracteriza por implicar una configuración en el que las vendedoras individuales deciden sobre ellas mismas pero, en cambio, no tienen el poder ni la capacidad de hacerlo por otras. Asimismo, se trata de un sistema en el que la eliminación de un nodo no acarrea la desaparición del conjunto, puesto que este último está suficientemente entrelazado para que no se desequilibre. Por último, en las redes distribuidas las personas emisoras (visitantes, individuos que compran) no tienen que pasar de forma necesaria por los mismos nodos para poder llegar a otros, sino que los itinerarios son múltiples y diversos.

Desde un punto de vista externo, es importante subrayar que los mercados de venta ambulante se imbrican en un espacio de la ciudad concreto, por lo que generalmente se produce una simbiosis con el escenario urbano en el que se hallan: espacio físico (calles, tiendas físicas, bares, edificios, plazas) y espacio social (conjunto de



relaciones y redes que conforman la estructura misma de los mercados) se entretajan como un todo (Bourdieu, 1999), configurándose como un producto y realidad económico-social al cual aproximarse de forma holística.

## 2. Aproximación al centro histórico de las urbes

*Todo elemento cultural o técnico nuevo que resulta útil implica un factor de cambio que cuando se asume tiende a sustituir elementos antiguos. Pero esta misma contradicción hace reconocer las virtudes de lo que se quiere sustituirse (...). Este es el caso de los centros históricos.*  
(Chateloin, 2008, p. 23)

Los mercados de venta no sedentaria se ubican en distintas partes de las urbes, son lugares donde confluye una gran diversidad de personas, ya sea de forma espontánea o planificada. A su vez, los centros históricos de las ciudades son espacios que, a lo largo de la historia, han albergado muchos de estos mercados debido a su centralidad geográfica, por desarrollar una función marco de intercambio económico y por ser áreas de un gran ir y venir de personas. Por todo ello, para poder entender mejor en qué consiste esta modalidad de venta, cabe aproximarse a esos entornos urbanos singulares que los albergan -y, por lo tanto, que mantienen un diálogo con ellos-, así como adentrarse en su realidad cambiante y rica, exponiendo su significado y características, su evolución y las tensiones que subyacen en su configuración actual.

### 2.1. ¿Qué es un centro histórico?

El centro histórico de una ciudad es, desde un punto de vista urbano, el lugar público de referencia. Así, “se trata de un espacio público reconocido no por sus partes aisladas (visión monumentalista) o por las calles y plazas (visión restringida), sino por el gran significado que tiene como un todo, el grado de que tiene valoración local, nacional y mundial” (Carrión, 2000, p. 190). El lugar central que ocupa en el imaginario colectivo de las urbes se debe, principalmente, a tres tipos de factores: se trata del espacio donde se produce la simbiosis, lo simbólico y la polis (Carrión, 2004).

La simbiosis se crea por ser un lugar de encuentro entre diferentes, donde la ciudadanía converge sin ser necesaria una planificación previa. En ese sentido, es un espacio que desarrolla una función de integración social, esto es, de articulación

comunitaria de las otredades (Boivin *et al.*, 2015). Este componente se debe a su ubicación central, muy bien conectada, en la cual la accesibilidad igualitaria y universal del conjunto de la sociedad es un elemento básico y capital.

Lo simbólico emerge a raíz de la confluencia entre personas que socializan y se expresan de forma colectiva, cuya cultura cívica se entrelaza con el espacio histórico. Así pues, la heterogeneidad de orígenes, ideas, intereses y culturas de los individuos concurrentes se transforma en una identidad común y cohesionada de personas diversas, que viven en cualquier parte de la ciudad y cuyos referentes no se sitúan de forma necesaria en el presente (Carrión, 2005). Es por ello que el centro histórico se erige como elemento aglutinador que trasciende el componente espacial (periferia-centro) y el temporal (antiguo-moderno), reforzando la transversalidad de ambos campos.

La aproximación al centro histórico como polis se hace visible con la importancia que tiene el orden público en su propia configuración, plenamente delimitado y detallado. Códigos, decretos y ordenanzas municipales son algunos de los marcos legales establecidos para garantizar el funcionamiento institucional y la seguridad ciudadana en esa zona. Esta regulación reafirma su importancia, con espacios en disputa entre los diversos agentes públicos y privados. Es por todo ello que la política -sobre todo, la urbanística- es una herramienta crucial para dirimir los conflictos urbanos que se desarrollan continuamente en su seno.

Estos tres factores constitutivos y característicos de los centros históricos deben unirse -aunque sea de forma aproximativa- a su delimitación urbana. Esta va de la mano de la percepción social de su existencia, es decir, es la sociedad en su conjunto quien determina sus fronteras sociales. Asimismo, su ubicación en las partes viejas y centrales de las urbes (en siglos pasados, los actuales centros históricos eran la totalidad de la ciudad) hace de estos lugares escenarios conflictivos, enmarañados por las visiones contrapuestas que le acechan.

Por todo ello, se puede comprender que

El centro histórico es el lugar privilegiado de la tensión que se vive en la ciudad respecto de las relaciones Estado-sociedad y público-privado. Lo es porque se trata del lugar que más cambia en la ciudad -el más sensible y, por tanto, flexible para adoptar mutaciones- y porque es el espacio público por excelencia (Carrión, 2004, p. 40).

En esta área privilegiada por el sedimento de la historia es donde el intercambio comercial y los mercados de venta ambulante se imbrican y se funden con el espacio.

En este sentido, Jane Jacobs (1975) señala que la dinámica económica tiene su contexto ideal en los entornos urbanos complejos y, especialmente, en los centros históricos de las ciudades contemporáneas, puesto que es allí donde se dispone de gran cantidad y diversidad de espacios construidos, con distintas antigüedades, precios, atributos simbólicos y tamaños, un el lugar en el que “conviven una multiplicidad de funciones cuya diversidad enriquece su vida urbana” (Nélida, 2001, p. 3). Así, se trata de una zona que sintetiza la representatividad urbana que los envuelve y en la cual discurren grandes flujos de gente diversa en constante movimiento. Con todo, la idea que subyace en este estudio es que el comercio no sucede en la ciudad, sino que es una actividad constituyente de la misma, integrada en su totalidad y, a la vez, que resta influida en su devenir por el entorno urbano, conformándose así una bidireccionalidad dialéctica que constituye la realidad a analizar.

## 2.2. Evolución de los centros históricos

Desde un contexto histórico europeo, la II Guerra Mundial supuso la destrucción de importantes zonas de muchas ciudades del continente, como por ejemplo Varsovia. Este hecho supuso que a partir de 1945 se empezase a trabajar en la reconstrucción de dichas urbes, una acción política que volvió a situar a los centros históricos como elementos a tener en cuenta en dicho proceso.

En el caso español, el abandono de los centros históricos durante el período intermedio del s. XX se produjo en un contexto político en el que el modelo urbano primaba la expansión y el movimiento centrífugo, con la producción de nueva vivienda hacia la periferia.

En ambos casos, según Víctor Fernández (1994), se puede diferenciar tres etapas temporales principales, conforme a la evolución del trato y orientación urbanística que se sostuvo desde la arena política.

En una primera fase, que se puede situar hasta la década de 1970 y que encaja con el denominado período keynesiano y de desarrollo del Estado del Bienestar, no existe una visión global y planificada de políticas públicas urbanas en relación a los cascos históricos, por lo cual los esfuerzos de las instituciones públicas se focalizan hacia la protección de edificios y contextos monumentales concretos, con una perspectiva individualista y puntillista. Al mismo tiempo, la estética de la recuperación es más

importante que la función y uso del espacio intervenido, por lo que la ciudadanía no se tiene en cuenta a la hora de la acción política urbana. Todo ello, como señala Felicia Chateloin (2008), implica una falta de perspectiva a largo plazo capaz de imaginar los centros históricos de las urbes como ecosistemas de relaciones, con disfuncionalidades y mejoras necesarias a implementar para el conjunto de sus habitantes, lo cual hizo que estas zonas quedaran al margen de los grandes cambios urbanos acaecidos en estos años.

En una segunda etapa, que se desarrolla durante la década de 1970 cuando los ayuntamientos y otros colectivos asumen que hay problemas propios de los centros históricos, la aproximación a estos adquiere un carácter cohesionador, recuperando dichos espacios para la ciudadanía -este hecho debe relacionarse con la consolidación de los derechos sociales-. Las rehabilitaciones son integrales y, por ello, el espacio toma un significado social por parte de la colectividad. Asimismo, se preservan los productos históricos como elementos de memoria del pasado y de herencia cultural. En el caso específico español, cabe destacar la importancia de los municipios y, sobre todo, de las asociaciones de vecinas y vecinos que, en dicha época, tuvieron una actividad política importante<sup>4</sup> tras la muerte del dictador Francisco Franco.

Por último, la tercera fase empieza en la década de 1980, en la cual la transformación de los centros históricos va vinculada progresivamente a la fuerza del mercado, volviendo a poner las necesidades sociales en un segundo plano y sucumbiendo a las demandas económicas de la élite empresarial. Así pues, se empiezan a desarrollar proyectos de gestión público-privada, en los que se produce una sinergia colaborativa entre la Administración Pública y las empresas de capital privado. Es por ello que durante estos años las zonas intervenidas se recuperaron mediante la recualificación urbana general. Al mismo tiempo, empieza a cuajar la idea de que las nuevas centralidades “se construyen desde lo privado, lo empresarial y en espacios cerrados. La plaza pública centralmente constituida cede ante el centro comercial privado, producido por el mercado” (Carrión, 2000, p. 185), lo cual cuestiona el sustrato mismo de dichos lugares y su rol dentro de la ciudad.

---

<sup>4</sup> Manuel Castells (1986) explica en su libro “La ciudad y las masas. Sociología de los movimientos sociales urbanos” que el movimiento vecinal de Madrid de finales de la década de 1970 y principios de 1980 fue uno de los más innovadores e importantes de toda Europa.

**Tabla 6: Etapas sobre la aproximación urbanística a los centros históricos**

	<b>1ª FASE Hasta los años setenta</b>	<b>2ª FASE Años setenta</b>	<b>3ª FASE Desde los años ochenta</b>
<b>Aspectos generales</b>	Valoración del monumento singular justificado por criterios artísticos	Salvaguarda del contexto histórico como soporte de la herencia social, funcional y morfológica de la ciudad del pasado	Recuperación del casco histórico a través de la recualificación urbana general
<b>Documentos urbanísticos</b>	Inventarios y catálogos	Planes especiales	Proyectos de gestión compartida entre instituciones públicas y empresas privadas
<b>Contenido social del documento</b>	Nulo	Alto	Bajo
<b>Valoración de la forma en la recuperación</b>	Alta	Alta	Media
<b>Valoración del uso en la recuperación</b>	Baja	Alta	Alta

*Fuente:* Los centros históricos en la evolución de la ciudad europea desde los años setenta (Fernández, 1994, p. 130)

Estas tres etapas deben entenderse desde un punto de vista taxonómico y general, puesto que han de adaptarse al contexto histórico y social de cada país. Asimismo, durante los últimos años se ha producido una revalorización muy intensiva de los centros históricos, ya que estos han pasado a ser entendidos como productos a explotar en el seno de la vorágine turística, lugares con una tendencia alcista de los precios donde las personas viven si tienen la capacidad económica de hacerlo. Este hecho ha propiciado la aparición de procesos de gentrificación, entendida como

(...) la expulsión de gentes, prácticas y saberes de un territorio concreto a través de la reinversión de capital público y/o privado y la incorporación de una población con mayor capital económico o cultural. Tiene lugar en áreas urbanas populares cuya renovación está íntimamente relacionada con la especulación inmobiliaria, el desplazamiento de la población más humilde y la conversión en zonas de moda frecuentadas por personas con un alto capital económico y/o cultural (Sequera, 2020, p. 11).

Además, estas zonas se han convertido en puntos de concentración de viviendas de uso turístico, cosa que ha tenido como consecuencia una transformación de los comercios existentes, la tematización de estos espacios asociados con elementos



culturales (Juan, 2004), conflictos por el descanso nocturno con las personas que residen allí, así como la aparición de locales gastronómicos que sintetizan a la perfección los nuevos estilos de vida del vecindario (Román, 2018).

En resumen, los centros históricos viven una nueva época de intensificación de su uso por parte de nuevos sectores poblacionales y turísticos, lo cual tensiona la convivencia con aquellas actividades tradicionales más arraigadas al barrio y que forman parte de su historia.

### 2.3. Tensiones

La capacidad de adaptación de los centros históricos a las novedades y su importancia política, así como también su ubicación central en el imaginario colectivo de la ciudadanía de las urbes, hacen florecer cíclicamente un conjunto de disputas a su alrededor. Estas tensiones, que conforme a la época histórica se amoldan a su contexto, según Fernando Carrión (2004) tienen tres focos principales:

- **Riqueza histórico-cultural y pobreza económica-social**

En estas zonas se ubican monumentos y edificios con un alto valor patrimonial y simbólico, así como también un conjunto de valores culturales que son herencia de los antepasados y de las luchas históricas ocurridas en dichos lugares. Esta elevada importancia social y comunitaria digna de preservarse choca, en muchas ocasiones, con la convivencia de una población pobre, que vive en condiciones habitacionales insalubres. El olvido que durante una época han sufrido los centros históricos por parte de las políticas urbanas ha conducido a la concentración de sectores poblaciones vulnerables y económicamente desfavorecidos en estas áreas.

- **Centro histórico y centro urbano**

Los centros históricos nacieron formando parte intrínseca de la centralidad urbana. Sin embargo, con la extensión de las ciudades y los movimientos centrífugos hacia las periferias (cada vez más lejanas), se han creado nuevos polos de atracción, por lo que la unión entre ambos campos -centro histórico y urbano- se ha quebrantado. Así, las ciudades policéntricas (Martí, 2011) dibujan dos alternativas para los centros históricos: “convertirse en reducto de la memoria (del pasado) o asumir su condición

del eje del porvenir urbano (del futuro)” (Carrión, 2004, p. 38), para lo cual hay que revitalizarlos y adaptarlos a las nuevas necesidades de la sociedad.

- **Lo global y lo local**

Las mayores interconexiones económicas y sociales a escala mundial han internacionalizado los centros históricos de las urbes. Estos son presentados como sinécdoque de la ciudad entera, como representantes de sus aspectos culturales, históricos y sociales en su totalidad. Así, lo global no puede entenderse como algo exógeno a lo local, sino que ambos están unidos. En ese sentido, el auge del posturismo<sup>5</sup> (Lash y Urry, 1998) ha ayudado a proyectar los mercados ambulantes y de abastos, los barrios céntricos y los lugares con historia, como productos exóticos y de reclamo. Este hecho, al mismo tiempo, reclama flexibilidad y capacidad de adaptación a lo local para poder absorber a este nuevo público.

Estos tres núcleos en tensión ponen de manifiesto la necesidad de actuar políticamente para que los centros históricos no sucumban a las fuerzas del mercado y acaben siendo marginales.

### 3. Perspectivas sobre el espacio público

Los mercados de venta ambulante, se celebren en los centros históricos de las ciudades o no, ocupan necesariamente un espacio público. Esta realidad, que es intrínseca a su propia naturaleza y existencia, invita a conocer en mayor profundidad en qué consiste este objeto social, cómo se construye, qué conflictos se manifiestan en torno a él y, sobre todo, qué rol tiene la ciudadanía en todo este proceso.

#### 3.1. ¿Qué es el espacio público?

*Espacio público* es un concepto heterogéneo, dúctil, que se aplica a diversas realidades y con diferentes perspectivas según la voluntad y el objetivo de abarcar las distintas situaciones sociales; es una noción que, según Richard Sennet (2011), se ha

---

<sup>5</sup> El posturismo se trata de una evolución del turismo organizado, mediante el cual se “democratiza” el viajar, y se prima la experiencia individual, donde la aventura es una experiencia positiva y reconfortante y en el que “lo exótico” y “lo local” son bienes preciados (Lash y Urry, 1998).

ido transformando a lo largo de la historia y se ha adaptado tanto a los condicionantes de la sociedad como a las cosmovisiones dominantes de cada época. Actualmente, más allá de la perspectiva adoptada, hay dos ideas mínimas que configuran todo espacio público (González, s.f.): desde un punto de vista técnico, se entiende que tiene un carácter cuantitativo, dado que establece las condiciones geométricas que permiten el tránsito libre en las ciudades, y sus variables son objetivas, como por ejemplo el tipo de suelo; desde un punto de vista normativo, se trata de todo aquel espacio que no es privado y, por lo tanto, debe ser objeto de gestión pública.

Estas zonas de confluencia pública se caracterizan por tres elementos: ser sistemas sociales abiertos, dado que no hay un orden preestablecido, planificado, sino que la espontaneidad es un hecho que permite el surgimiento de escenarios imprevistos; permitir la integración parcial, esto es, formar parte de la ciudad y de un ser colectivo que se manifiesta en dicha zona; y, por último, posibilitar la interacción entre personas desconocidas que confluyen en esta área, que se relacionan interpersonalmente y con el espacio de la urbe (Bahrdt, 1969). Siguiendo esta aproximación, la escuela de Jürgen Habermas lo entiende como una herramienta, un medio que permite la comunicación entre extrañas y que, por lo tanto, posibilita la emergencia de lugares donde la mixtura es un componente relevante (González, s.f.).

Con todas estas ideas, se comprende que el espacio público no es solo planificación, urbanización y desarrollo de obra pública (estos elementos, de hecho, ejercen tensión sobre él como medio plural, abierto a lo espontáneo, dotado de sentido gracias al uso cotidiano), sino que es mucho más; es en ese terreno maleable, de encuentro y de voluntades superpuestas, en los que la zona de grises se convierte en conflictiva. Cabe tener en cuenta que en los espacios públicos -especialmente en aquellos que son nodos centrales de las redes urbanas- se disputan intereses lejanos e incluso contradictorios, en una lucha implícita o explícita, que se desarrolla para que la voluntad propia y el interés particular sean hegemónicos. En este punto, la noción de espacio público funciona

(...) como un mecanismo a través del cual la clase dominante consigue que no aparezcan como evidentes las contradicciones que la sostienen, al tiempo que obtiene también la aprobación de la clase dominada al valerse de un instrumento -el sistema político- capaz de convencer a los dominados de su neutralidad (Delgado y Malet, 2007, p. 4).

Así pues, es clave comprender que se trata de un espacio en el que la Administración Pública debe gestionar choques derivados por la distribución del poder entre los

agentes implicados. En este sentido, “lo político (...) en el espacio público quiere ejercer el control, busca dar un orden a lo urbano a través de ejercer su fuerza” (González, s.f., p. 17). Con todo, la gestión pública incrementa su naturaleza garantista a base de redoblar esfuerzos normativizadores, hecho que puede tener un efecto paradójico, pues aunque se solucionen ciertos problemas de orden, también se acentúan determinadas tensiones entre los agentes implicados.

En este contexto, la fuerza normativizadora se vehicula a través de los Gobiernos Locales, que tienen un papel capital en la promulgación de ordenanzas de diverso tipo, especialmente de orden público. Sin embargo, ha de subrayarse que dichas reglas -derechos, obligaciones, delimitaciones y límites- no implican el dibujo de una realidad estática, sino que las prácticas cotidianas de la ciudadanía sobrepasan y tiran de las costuras legales (Sennett, 2019). Así pues, a través de la praxis diaria se configuran una serie de usos, valores y legitimidades que forman parte intrínseca de esta realidad; significados, mensajes, ideas, imágenes y discursos se construyen colectivamente mediante el espacio público, entendido como

(...) espacio animado, de uso colectivo, como espacio polivalente (...). Es un conjunto de puntos, lugares donde hay diversidad, hay mixtura, de población y de actividades, donde se multiplican los encuentros, donde se generan centralidades, donde se producen encuentros formales e informales (Borja, 2018, 13m5s).

Por lo tanto, este trasciende de lo físico pero sigue conectado con él, convirtiéndose así en esfera pública. Es en ese punto de confluencia donde lo social y lo urbano se funden creando una amalgama en tensión que el poder público debe gestionar.

Por todo ello, no se puede ver el espacio público sólo como un objeto que forma parte del hecho urbanístico, sino que también hay que considerar la importancia de las personas, que son agentes activos de su propia construcción, dotándole de sentidos mediante la praxis cotidiana. Por esta razón, la ciudadanía debe ser un sujeto central a tener en cuenta para la consecución de espacios públicos practicados.

### 3.2. Espacios públicos practicados

Los espacios públicos son descritos como tales en la medida en el que la ciudadanía hace un uso de ellos, ya sea de forma más activa o pasiva. La concepción de dicho espacio por parte del poder público, esto es, su planificación y diseño, puede quedar superada a partir de la manera en que los individuos hagan suyo el lugar, en la medida de que lo construyan como un lugar vivo. En ese sentido, Henri Lefebvre (2013)

describe tres 'momentos' distintos del espacio social: lo percibido, entendido como el momento en que los sujetos descifran el espacio, lo comprenden como espacio físico, "que en cierta forma es la 'naturaleza' y los usos del cuerpo respecto a ella" (García, 2014, p. 51); lo concebido, es aquello que se piensa y se planifica por parte del poder público, una representación a través de planeamientos, mapas y discursos sobre cómo se entiende el espacio público y qué características debe tener; y lo vivido, un espacio de representación en el que se cubre el espacio físico de significados, símbolos, ideas e imágenes que permiten su apropiación por parte de la ciudadanía, un lugar de interacción personal, de acciones comunitarias, individuales y colectivas, de encuentro entre personas diferentes.

Esta tríada espacial dibuja una realidad conflictiva, en la que

Las relaciones entre estos tres momentos -lo percibido, lo concebido y lo vivido- no son nunca simples ni estables, ni 'positivos' en el sentido en que el término se opone a lo 'negativo', a lo indescifrable, a lo no-dicho, a lo prohibido y al inconsciente (Lefebvre, 2013, p. 104).

En este contexto de tensiones cruzadas es donde Michel de Certeau (2000) sitúa la práctica cotidiana como un medio creativo y, de algún modo, de subversión de las maneras homogéneas, normalizadas y estandarizadas de vivir, que son impuestas heterónomamente a las personas. Así, el uso intenso del espacio urbano deviene una 'producción cultural', puesto que

Las cosas del diario vivir no suceden "en" la ciudad, las cosas que suceden "son" la ciudad, constituyen su urbanidad. El espacio urbano no es un simple telón de fondo, hay que deseirlo, producirlo y reinventarlo en forma continua. El espacio urbano es un producto cultural, una producción social derivada, a su vez, de una práctica social inseparable de su dimensión cotidiana, es allí donde se diluye y subvierte cualquier control y modulación preconcebida o abstracta (Stefani, 2006, p. 4).

Un buen espacio público es aquel que es practicado activamente por la ciudadanía, inspira la creación de valores compartidos, es abierto, poroso, sincrónico, inclusivo y deja márgenes para la interpretación. La cimentación de este escenario no puede enmarcarse en la rapidez de acción, sino que los tempos de las formas urbanas "surgen poco a poco y de manera gradual, siguiendo las lecciones de uso y experiencia" (Sennett, 2019, p. 32).

Adicionalmente, en esta investigación es importante señalar que la práctica del espacio público por parte de la ciudadanía, donde lo espontáneo, la proximidad y la diversidad son elementos intrínsecos a su cotidianidad, colisiona con la lógica técnico-administrativa, que se define en términos verticales y universalistas. Con todo,

su buena construcción es aquella que halla puntos de encuentro en los que ambas partes se sienten cómodas, coexisten y se reconocen.

Este conjunto de elementos marcan la calidad del espacio en base a las necesidades ciudadanas. En este sentido, los mercados de venta ambulante, como espacios públicos en los que concurre un elevado número de individuos, han de caminar hacia la consecución de dichos componentes. Sin embargo, los diferentes intereses en juego, así como la participación de agentes sociales diversos, pueden dificultar la consolidación de algunas de las características mencionadas. Con todo, las distintas realidades y los casos concretos en las urbes determinan la medida en que estos elementos están presentes.

#### 4. Venta ambulante en las ciudades contemporáneas

*Venta ambulante, centros históricos y espacio público* son conceptos teóricos que, una vez interactúan en la praxis, hacen emerger realidades complejas, conflictivas y poliédricas. En este sentido, es necesario poner el foco en las ideas contrapuestas y en las disputas que afloran en la relación práctica de dichas expresiones. Se trata, pues, de comprender los detalles de la situación planteada, así como también de mostrar casos internacionales de diferentes latitudes en los que las distintas Administraciones Públicas han implementado diversas modalidades de gestión de mercados de venta ambulante, con elementos en tensión que se equilibran, se solucionan y funcionan de distintas formas.

##### 4.1. Colisiones y grietas conceptuales

Los centros históricos de las urbes son espacios con una idiosincrasia propia que se caracterizan por ser puntos de confluencia de gente, tener una herencia cultural sólida -en algunos casos, incluso, identitaria del ser colectivo- y erigirse como un nodo central de la red urbana (Chateloin, 2008). Estos factores facilitan que en esos lugares haya una larga tradición de celebración de mercados de venta ambulante, que se convierten en una parte intrínseca del imaginario colectivo de la ciudadanía sobre dichos espacios.



Sin embargo, esta modalidad de comercio tensa la cosmovisión racional y planificadora de la modernidad, dado que la informalidad y la espontaneidad son elementos propios que florecen en su seno. De hecho, “los vendedores ambulantes informales son percibidos como el 'anatema' de la ciudad deseada, formal, bajo las premisas del Estado moderno” (Donovan, 2007, citado en Aramayona, 2019, p. 107).

Tal y como explica Julia Cervantes (2014), la celebración de los mercados supone una alteración de la cotidianidad en estas zonas, cambiando la experiencia de los individuos en la urbe. En este sentido, los puestos de las vendedoras ocupan la calzada de las calles, interrumpen y modifican el recorrido habitual de las viandantes, cambian los caminos habituales del tráfico rodado, suponen un despliegue de cuerpos de seguridad por parte de la Administración Pública y, además, el vecindario transita por sus calles transformadas de forma temporal. Aunque estas transformaciones modifican la relación de las personas con el espacio, la sociedad las tolera porque es consciente de su naturaleza transitoria y porque comprende que es un bien que beneficia a la colectividad.

En este marco, hay que apuntar la importancia del medio en el que discurre la escena y su configuración. Así, se debe entender que

El espacio urbano no es sólo un escenario en el que transcurren las relaciones sociales, sino un elemento activo de las relaciones sociales, en el sentido de que es constitutivo del orden urbano y de los conflictos entre distintos actores sociales que se disputan sus usos y sus imágenes (Silva, 2010, p. 200).

Por estas razones, se está ante una realidad áspera, en la que las ideas asociadas a este tipo de mercados son, en algunas ocasiones, muy distantes a las concepciones que se tienen en referencia a los centros históricos en las ciudades actuales.

Así pues, el comercio ambulante va asociado a ideas como la suciedad, el desorden, la falsificación de mercancías, el robo, la nostalgia, lo degradante, lo antiguo, lo endogámico y lo local. Estas nociones, todas ellas negativas, cumplen una función de estigmatización de dichas realidades que chocan con las aproximaciones al tipo ideal de centro histórico del presente siglo, caracterizado por la limpieza, el orden, la autenticidad, el esfuerzo, el presente y el futuro, el patrimonio y la herencia, lo moderno, el cosmopolitismo y lo global (Cervantes, 2014).

**Tabla 7: Ideas asociadas a los mercados de venta ambulante y a los centros históricos en la ciudad contemporánea**

MERCADOS DE VENTA AMBULANTE	CENTROS HISTÓRICOS CIUDAD CONTEMPORÁNEA
Suciedad	Limpieza
Desorden	Orden
Falsificación de mercancías	Autenticidad
Robo	Esfuerzo
Nostalgia	Presente y futuro
Degradación	Patrimonio y herencia
Antigüedad	Modernidad
Endogamia	Cosmopolitismo
Local	Global

*Fuente:* Elaboración propia a partir de “La economía callejera en las ciudades contemporáneas. La redes efímeras de venta ambulante como modelo para la reconstrucción de lo urbano” (Cervantes, 2014)

Estas concepciones dispares subyacen en las disputas sobre el espacio público que ocupan los mercados de venta ambulante. Asimismo, también están presentes en los argumentos a favor y en contra de la presencia de dicha actividad económica en las calles.

Tal y como expone Begoña Aramayona (2019), desde un punto de vista neoliberal, se entiende que los mercados de venta ambulante son un medio de emprendimiento que se debe favorecer, una herramienta para que con la cultura del esfuerzo una persona se gane la vida, al mismo tiempo que se entiende que son una actividad que facilita el movimiento de personas en los barrios en los que se celebra.

Contrariamente, se defiende que es una actividad que, dadas las ideas ya mencionadas, puede comprometer la imagen de la zona, así como impulsar la teoría de las ventanas rotas, en base a la cual el desorden y la delincuencia ayudan a crear un entorno urbano donde estos factores están más consolidados (Valentín, 2020).

Por otro lado, desde un punto de vista social, los mercados de venta ambulante son realidades donde se crean redes sociales de apoyo mutuo, se reciclan y se reutilizan

objetos usados y viejos, al mismo tiempo que ayudan a ganarse la vida a muchas personas.

Por lo contrario, se expresa que producen problemas de movilidad para las personas que viven en dichos barrios, dificultando el acceso a sus casas y, además, se manifiesta que el estado de los productos que se venden son dudosos, faltando un mayor control sobre el proceso de compraventa (Cano, 1993).

Con todo ello, se observa una multiplicidad de perspectivas distintas, una serie de miradas e ideas contrapuestas cuando mercados de venta ambulante, centros históricos y espacio público confluyen en una misma realidad. Esta aproximación analítico-conceptual crítica ha de concretarse con casos paradigmáticos que muestran diferentes escenarios reales.

#### 4.2. Posibilidades de actuación desde la política urbana: casos de estudio

Las políticas urbanas han de dar encaje práctico a los mercados ambulantes en el seno de las ciudades. Desde la gestión pública se ha trabajado para dar una cabida legal a esta actividad que, durante las últimas décadas, ha tendido a la formalización. Dentro de esta inclinación, existen múltiples ejemplos que muestran singularidades propias: modalidades de actuación más contundentes, otras más discretas; algunas más confrontacionales, otras más horizontales. En ese contexto, Els Encants de Barcelona, la Feria de San Telmo de Buenos Aires y el mercado del centro histórico de Ciudad de México son ejemplos en los que la Administración Pública ha desarrollado una política urbana distinta, lo cual ha desembocado en modelos de mercados de venta ambulante diferentes.

##### 4.2.1. Els Encants de Barcelona

Els Encants de Barcelona es uno de los mercados de venta ambulante más conocidos de la Ciudad Condal. Desde 2014, se sitúa al sur de la Plaça de les Glòries, en el distrito de l'Eixample, concretamente en el 'Bosquet dels Encants Vells', en un espacio *ad hoc* donde la cubierta arquitectónica del emplazamiento es un símbolo del presente siglo. Así pues, los 300 puestos y los 9 restaurantes del lugar invitan a vivir una experiencia de fusión entre lo antiguo y lo moderno, orientando la oferta de productos a las demandas de la ciudadanía (Casajuana y Mendoza, 2019). Los 15.000 m<sup>2</sup> del

espacio posibilitan una mezcla en la venta de bienes nuevos y viejos que dotan de una idiosincrasia propia al mercado. Este tiene dos características propias que cabe subrayar: la diversidad de lugares en los que se ha ubicado y la subasta.

En primer lugar, se ha de apuntar que, a lo largo de la historia, este popular mercado barcelonés se ha emplazado en diferentes espacios de la ciudad, por lo que se debe entender que su personalidad propia no va ligada al lugar de celebración. Así, al inicio del s. XIX se hallaba en la parte alta de les Rambles, mientras que durante dicho siglo se instaló durante tres días a la semana en la actual Plaça d'Antoni López y la Plaça de Sant Jaume. Ya entrado el s. XX, en 1928 pasó a ubicarse al norte de Les Glòries. Por lo tanto, esa maleabilidad y adaptabilidad en distintas zonas de la urbe es uno de los rasgos característicos del mercado.

**Figura 4: Els Encants de Barcelona**



*Fuente:* Mercat dels Encants (s.f.)

En segundo lugar, cabe destacar que cada lunes, miércoles, viernes y sábado, de 07:45 a 09.30 de la mañana, se celebra la subasta, que está abierta a todos los públicos. En este acto se venden todos los lotes de productos que las vendedoras pondrán luego a la venta (Mercat dels Encants, s. f.). Esta antigua práctica, perdida en otros muchos mercados, todavía sigue siendo una realidad en Els Encants.

#### 4.2.2. Feria de San Telmo de Buenos Aires

*La plaza Dorrego se constituye en un espacio complejo del barrio de San Telmo recubierto de tensiones y disputas por su apropiación; en tanto eje cargado de sentido a partir del cual se organizan relaciones y procesos sociales (Carman, 2000, p. 110)*

La Feria de San Telmo, en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, es un popular mercado de venta ambulante que se monta cada domingo de 10:00 a 17:00 en el barrio del nombre homónimo, en el centro histórico de la urbe. Su primera celebración oficial fue en noviembre de 1970 en la plaza de Dorrego, centro neurálgico de la zona.

La feria empezó con 30 puestos, que eran los que tenía el Gobierno de la ciudad para el comercio al aire libre. La estructura rudimentaria, simple, estaba formada por barrotes de hierro con un techo correspondiente de lona grisácea. Con el éxito de las primeras citas, bajo la organización del Museo de la Ciudad, a los tres meses ya se contaba con los 270 puestos actuales (Peña, s.f.)

**Figura 5: Feria de San Telmo de Buenos Aires**



*Fuente: Disfruta Buenos Aires (s.f.)*

En los inicios de la feria, San Telmo era un barrio deprimido y de sectores populares -nacionales y extranjeros-, lejos del auge que había tenido en siglos anteriores, cuando había sido ocupado por las clases pudientes de la ciudad, que se trasladaron a Recoleta y Palermo, nuevas zonas acomodadas.

Son tres las razones por las cuales se impulsó la feria: en primer lugar, hasta el momento no había en Buenos Aires una feria de antigüedades que era común en otras latitudes; en segundo lugar, los objetos en venta eran, de una forma u otra, una sala del Museo de la Ciudad, dado que formaba parte de la historia de la urbe; y, finalmente, la voluntad de que la gente de todos los barrios se acercaran a San Telmo para redescubrir sus edificios y rincones, así como también su identidad (Gómez, 2015). Desde ese punto de vista

La feria delimitada desde un orden municipal y espacial, constituye la legitimación de la historia, en tanto sus supuestas antigüedades consagran lo simbólico y hasta lo “naturalizan” en términos de sus visitantes (Carman, 2000, p. 98).

En San Telmo se produce una especie de metamorfosis entre los días hábiles y los domingos: el uso del espacio y del tiempo cambia por completo. En este sentido, tal y como explica María Carman (2000), durante la semana las calles y la plaza Dorrego son ocupadas y aprovechadas por el vecindario, mientras que los domingos son las turistas quienes se apropian del espacio. La feria transforma el barrio y se erige como un lugar de tradición, memoria y, de forma importante aunque secundaria, de comercio. Los tangos que se bailan a lo largo de las calles aledañas a Dorrego y en la misma plaza ponen la banda sonora, mientras que el olor del choripán acaba de conformar la identidad de la fiesta.

Con todo ello, la feria se mueve entre el terreno de lo imprevisto y la planificación, entre la informalidad y la formalidad: es un lugar de encuentro entre diferentes, símbolo de Buenos Aires, donde estar es lo más importante.

#### **4.2.3. Mercado del centro histórico de Ciudad de México**

El mercado del centro histórico de Ciudad de México es un ejemplo paradigmático de disputa por el uso del espacio público entre el Gobierno del Distrito Federal y las vendedoras ambulantes. El conflicto entre las partes fue largo y complejo, y se puede situar -desde una perspectiva institucionalizada- entre 1990 y 2007.

Diana Alejandra Silva (2010) explica que en 1992 se aprobó el Programa de Mejoramiento del Comercio Popular (PMCP), en el cual se incluía la construcción de un total de 27 centros de comercio popular que tendrían como función la reubicación de las aproximadamente 10.0000 comerciantes ambulantes que, en ese momento, estaban ocupando el centro de la urbe. Antes de esta iniciativa, los conflictos entre policía y vendedoras eran frecuentes, dado que la perspectiva higienista defendida por anteriores gobernantes señalaba a esta actividad económica como sucia y



degradadora, así como también relacionada con el contrabando, las mercancías ilegales y la idea de desorden.

El punto de inflexión llegó en 1993, cuando se aprobó el “Bando para la Ordenación y Regulación del Comercio en Vía Pública del Centro Histórico de la Ciudad de México”, que prohibía la venta ambulante en esta zona y por el cual se trasladó la actividad a los centros habilitados. Este proceso se desarrolló con negociaciones entre Gobierno y líderes de las organizaciones de ambulantes, que durante ese período emergieron con fuerza, como por ejemplo la Coordinadora de Organizaciones de Comerciantes Ambulantes. Se llegó al acuerdo de que la adquisición de los locales fuera en condominio, esto es, que la propiedad tenía que ser compartida entre dos o más personas.

La crisis de 1994 y 1995, la bajada de ventas, así como el difícil contexto político del momento, hicieron que las vendedoras ambulantes volvieran de nuevo al Centro Histórico, incluso con la prohibición explícita dictada en 1993.

**Figura 6: Comercio ambulante en el s. XIX en el centro histórico de Ciudad de México**



Fuente: Exosapiens (s.f.)

A partir del 2002, se empezaron a incrementar las inversiones inmobiliarias -tras algunas de las cuales estaba el magnate Carlos Slim-, aumentó la propaganda institucional y se inició la implementación de políticas públicas como el Programa Recuperación del Centro Histórico y el Programa de Seguridad Pública para el periodo 2002-2006. Estos hechos intentaban revertir un proceso de degradación de dicho

espacio que durante largos años había quedado marginalizado en los presupuestos públicos, había perdido el carácter habitacional y sólo estaba orientado al consumo popular.

Tras largas negociaciones con líderes de las organizaciones de ambulantes, en 2007 se desalojó a aproximadamente 25.000 personas que trabajaban en el comercio ambulante sin el uso excesivo de la fuerza. Este hecho formaba parte del acuerdo mediante el cual el Gobierno entregaba a cada una de las organizaciones predios con un espacio equivalente al que ocupaban en las calles. Además, les hizo entrega de una suma de dinero a cada una de las asociaciones con las que negoció (no fueron todas las existentes) para que abandonaran las calles. Estas medidas fueron unidas a la represión directa a otras líderes, así como también a la amenaza de multas y desalojo forzoso en caso de volver a la calle. Actualmente, el problema persiste y las vendedoras siguen en la vía pública.

**Tabla 8: Variables de los casos de estudio analizados**

	<b>ELS ENCANTS DE BARCELONA</b>	<b>FERIA DE SAN TELMO DE BUENOS AIRES</b>	<b>MERCADO DEL CENTRO HISTÓRICO DE CIUDAD DE MÉXICO</b>
<b>Grado de intensidad relacional entre práctica urbana y espacio</b>	Bajo	Alto	Medio
<b>Grado de informalidad</b>	Bajo	Medio	Alto
<b>Grado de conflictividad entre vendedoras ambulantes y autoridades</b>	Bajo	Bajo	Alto
<b>Grado de transformación de funciones y usos del espacio público con la celebración del mercado</b>	Bajo	Alto	Alto
<b>Grado de fusión entre lo antiguo y lo moderno</b>	Alto	Alto	Medio

Fuente: Elaboración propia

## 5. A modo de conclusión

Los mercados de venta ambulante ocupan un espacio público que, en algunas ocasiones, es disputado por los distintos agentes sociopolíticos. Dicho espacio es transformado durante los días de su celebración, cambiando actitudes, comportamientos sociales y recorridos urbanos, tanto de las viandantes y el vecindario, como del tráfico rodado.

Asimismo, esta modalidad de venta, que desarrolla intrínsecamente una función social arraigada en la vida del barrio, tiene una gran relación con los centros históricos, nodos vertebradores del crecimiento de las ciudades y lugares con una fuerte identidad, legada por símbolos y significados contruidos por el imaginario colectivo. Su función como centro mercantil, de poder político y de confluencia de gentes diversas ha hecho que sean zonas idóneas para la celebración de mercados de venta no sedentaria. De todos modos, la evolución de las urbes y las ideas asociadas a estas, como por ejemplo formalidad, modernidad y cosmopolitismo, ha tenido como consecuencia que se cuestione que esta actividad urbana siga ocupando un espacio público tan valioso para expresar orden, seguridad y racionalidad urbanística.

En algunas ocasiones, se percibe que mercado y espacio están íntimamente en relación, esto es, el lugar forma parte inexorablemente de la historia y del desarrollo de la actividad ambulante, como por ejemplo en el caso de la Feria de San Telmo. En otras ocasiones, esto no es así: Els Encants muestra cómo la personalidad del mercado está desligada del espacio en el que discurre, conservando su popularidad y siendo ajeno a la cubierta del s. XXI bajo el que se aloja en la actualidad al sur de la Plaça de les Glòries. Así pues, la relación entre ambos conceptos no es un elemento universal de los mercados de venta ambulante, sino que en cada uno de ellos se debe determinar en qué grado están unidos y vinculados.

Por otra parte, el nivel de formalidad es distinto según los casos: la venta ambulante en el centro histórico de Ciudad de México es informal, mientras que Els Encants tiene un grado de formalidad alto. Estos dos ejemplos conviven con realidades grises, porosas, en las cuales los elementos se entremezclan y hay superposiciones varias, como en la Feria de San Telmo, donde los 270 puestos autorizados coexisten con personas que venden con su carro arepas, panes rellenos y dulces; es por ello que la espontaneidad es un componente a tener en cuenta a la hora de aproximarse a esa

realidad. En este sentido, cabe destacar que, en algunas ocasiones, “debido a la falta de claridad en torno a las reglas del juego que rigen tal relación se produce un espacio para la acción en el que la (in)formalidad es negociada” (Silva, 2010, p. 195). Así pues, las regulaciones delimitan la actividad económica pero, a veces, en su seno surgen situaciones informales en las que la espontaneidad no es limitada por la normativa; en otras palabras, existe un desajuste entre la lógica racional y vertical del dispositivo técnico-administrativo y la naturaleza del carácter espontáneo y tendente a la horizontalidad de los mercados de venta ambulante.

Con todo ello, se observa que la venta no sedentaria, los centros históricos de las urbes y el espacio público son realidades que, estando en constante diálogo, se manifiestan y son gestionadas por parte de las autoridades públicas de distinta forma en cada caso concreto, con diferentes niveles de formalidad, racionalidad y de grados de relación entre los dos primeros. Este hecho muestra la riqueza y variedad del objeto de estudio en otras latitudes y geografías.

Una vez analizadas las costuras teóricas de los conceptos e ideas que rodean al objeto de estudio, hay que bajar a la escala madrileña y, concretamente, al barrio de Embajadores, para analizar empíricamente el Rastro de Madrid.

## PARTE III. EL RASTRO DE MADRID. ESPACIO PÚBLICO, USOS Y CONFLICTO

*El Rastro es un espacio de disputa, siempre, porque está en el corazón de la ciudad y hay muchos intereses.*

Mayka Torralbo, portavoz de la Asociación Cultural El Rastro Punto Es







*El Rastro es imprevisible y sale por donde menos se puede uno imaginar*  
(Trapiello, 2018, p. 243)

Caminar por el Rastro es una experiencia singular, ya que tiene sus particulares ritmos y su propio paisaje espacial. Su celebración supone una transformación del uso de este espacio público del centro histórico de Madrid durante unas horas cada domingo por la mañana y festivos. A pesar de su aparente espontaneidad, organización orgánica, consolidación a lo largo del tiempo, fluidez y sentido de conjunto, que pueden hacer pensar en una práctica que sucede de manera libre y natural, es pertinente un análisis desde la perspectiva del conflicto, pues confluyen múltiples actores, distintas sensibilidades, multiplicidad de intereses y diferentes lógicas de acción.

En esta **PARTE III**, el estudio de caso es analizado empíricamente de forma detallada e interconectada, puesto que el Rastro es una actividad particularmente reacia a ser descrita como conjunto de compartimentos estancos.

En primer lugar, la dimensión histórica se presenta a través de una breve genealogía que sitúa en el centro del análisis el modo en el que la política urbana municipal ha interactuado a lo largo del tiempo con el Rastro, una relación que deja leer problemas y conflictos de una manera amplia. Asimismo, mirar hacia atrás permite observar los procesos de construcción de significados, relatos, necesidades y sentidos que se hallan en el presente y, además, funciona como base de la evolución de los conceptos estructurantes que tejen la investigación. Por lo tanto, este no ha de entenderse como un ejercicio nostálgico, sino como una herramienta esencial para fundamentar el sentido y la direccionalidad de este Trabajo de Final de Máster.

En un segundo momento, la investigación propone un recorrido etnográfico urbano a la altura de los ojos, que relata y caracteriza críticamente el espacio donde se celebra el mercado, ubicado allí desde su origen y cuyas plazas y calles se han adaptado a los cambios históricos de la ciudad. La observación próxima y sistemática sirve para comprender la lógica del Rastro como práctica espacial, diferenciar subrealidades, identificar actividades livianas y en apariencia anecdóticas que, sin embargo, forman parte del ritual del mercado ambulante; asimismo, también gana relieve la idea de paisaje humano que, junto a los apuntes ya realizados, ayuda a configurar un mapa, principalmente espacial, que es esencial para el siguiente punto.

En tercer lugar, a partir del análisis anterior, se presenta el diálogo con la dimensión sociopolítica, en la cual los agentes desarrollan un rol protagónico. En este sentido, en una primera instancia se presenta un mapeo de actores, un instrumento relacionado con la observación practicada en el Rastro, que trata de delimitar y caracterizar una realidad que ya no es simplemente espacial, sino también social; esta herramienta de trabajo ayuda a detectar actores de relevancia y a organizar el trabajo de entrevistas (enumeradas en la *Tabla 3*) en las que se apoya este bloque de la investigación. Seguidamente, las ideas de valor obtenidas a través del contacto directo con algunos de los agentes implicados en el Rastro se ordenan según un constructo tridimensional, que es una propuesta *ad hoc* de la presente investigación, organizado en la simbiosis, lo simbólico y lo político. Finalmente, se expone una matriz de *stakeholders*, que funciona a modo de síntesis y trata de hacer una presentación más nítida de este universo de pluralidad, acuerdo y desacuerdo que es el Rastro de Madrid.

## 1. Evolución histórica del Rastro de Madrid

El Rastro actual es resultado de un proceso histórico lleno de luchas, conflictos, contradicciones, intereses contrapuestos, construcción de significados colectivos, necesidades, legitimidades y símbolos que le han precedido a lo largo de las décadas. Comprender su presente configuración implica mirar hacia su pasado, un complejo escenario en el que los cambios y las evoluciones han ido de la mano de las permanencias, dando lugar a una actividad urbana poliédrica inserta en el centro histórico de Madrid. Los contrastes continuos, por ejemplo, entre una determinada idea de “ciudad moderna” y la venta ambulante, y entre orden en el espacio público y el montaje y desmontaje de los puestos, son temas que han ido apareciendo en el discurso y en la agenda política de la urbe. En ese sentido, Begoña Aramayona apunta que

La historia del Rastro desde sus orígenes nos habla de una tensa relación entre las autoridades municipales y las poblaciones en los márgenes, pobres y estigmatizadas en la ciudad de Madrid, como proceso de construcción de un enemigo público del orden moderno en la ciudad (Aramayona, 2019, p. 174).

Así pues, las problemáticas analizadas tienen un trasfondo sedimentado en la historia, cuya gestión por parte del poder público ha sido siempre conflictiva.

Por todo ello, es preciso efectuar un breve recorrido genealógico desde los orígenes hasta la situación actual para percibir las singularidades y los procesos evolutivos que

han impregnado al Rastro, así como para concebir los cambios de uso sociales y económicos acaecidos por parte de las instituciones y del conjunto de la ciudadanía a lo largo del tiempo.

### 1.1. Orígenes y consolidación progresiva

Hablar de los orígenes exactos del Rastro es elucubrar desde la incertidumbre y la conjetura. La Asociación de Comerciantes Nuevo Rastro de Madrid (s.f.) y algunos autores, como Germán Cano (2021), señalan 1496 como fecha probable de su inicio. En dicho año se inaugura el Matadero Viejo de la Villa<sup>6</sup> en la actual plaza de Cascorro, en torno al cual surgen una serie de talleres de oficios, como por ejemplo los curtidores, que se relacionan con este nuevo establecimiento aprovechando la piel de los animales (Osorio, 2021).

Por su lado, la investigadora Begoña Aramayona (2019) apunta, sin precisar una fecha concreta, que el traslado de la capital de España a Madrid en 1561 por parte del rey Felipe II establece un punto de inflexión importante, dado que implica el crecimiento de población de la urbe y la necesidad de provisión de avituallamiento y enseres para la casa. En ese sentido, la zona del Rastro es escenario de la llegada de sectores poblacionales humildes y populares.

A su vez, José Antonio Nieto (2004), investigador especializado en la historia socioeconómica de Madrid durante la Edad Moderna, subraya en su primer estudio sobre el mercado, *“Historia del Rastro: Los orígenes del mercado popular de Madrid, 1740-1905”*, que en 1740 se puede fechar el inicio de la actividad de forma similar a como se entiende hoy en día.

Y, por último, el pensador Andrés Trapiello (2018), en su personal y singular ensayo *“El Rastro. Historia, teoría y práctica”*, tampoco señala una fecha concreta, sino que narra, a través del nombre de las calles, los talleres y los mataderos, cómo poco a poco se fragua el intercambio en el mercado de venta ambulante en base a las necesidades poblacionales.

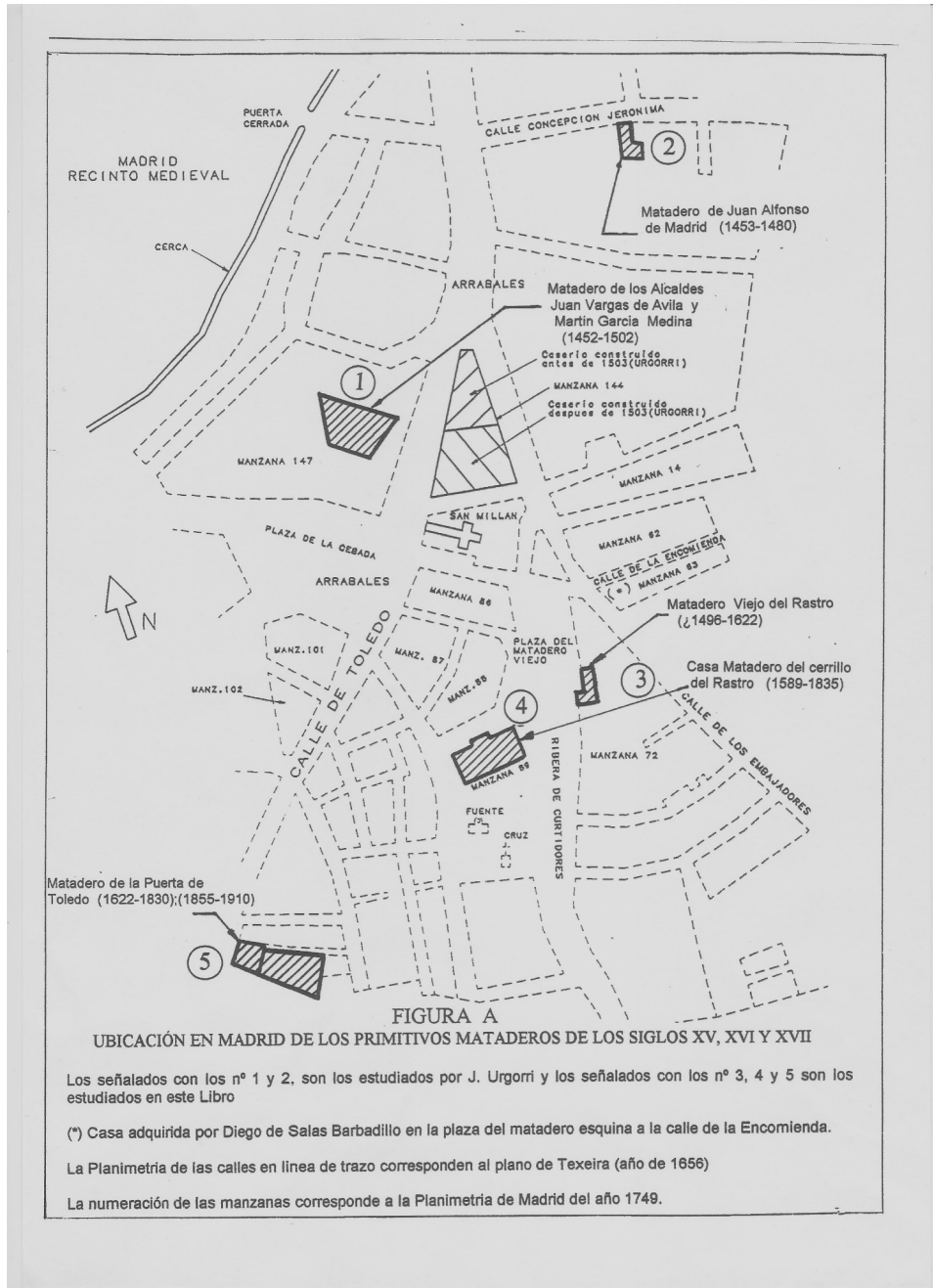
Este escenario abierto pone de relieve un comienzo espontáneo e informal -características que todavía hoy mantiene en cierta medida- en el que las instituciones

---

<sup>6</sup> El nombre de ‘Rastro’ puede aludir a los restos de sangre que quedaban por las calles a causa del arrastre de las reses del Matadero Viejo de la Villa (Trapiello, 2018)

no tuvieron apenas protagonismo y los habitantes de Madrid desarrollaron un rol protagónico.

**Figura 7: Ubicación en Madrid de los primitivos mataderos de los siglos XV, XVI y XVII**

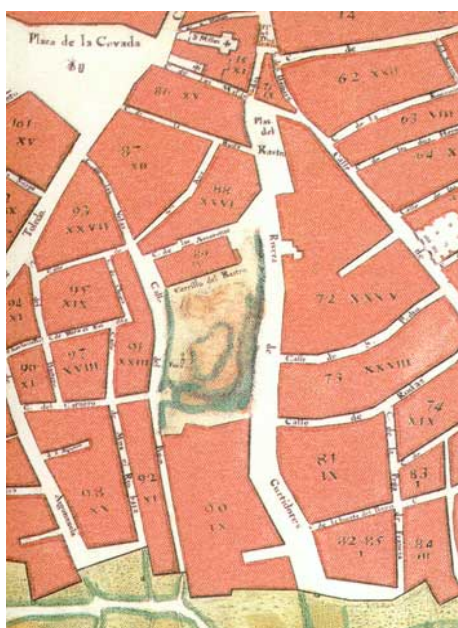


Fuente: El Rastro Histórico (Asociación de Comerciantes Nuevo Rastro de Madrid, s.f.)

El Rastro se ubica en los barrios bajos de Madrid, donde tradicionalmente viven los grupos sociales más vulnerables y humildes. Estos sectores poblacionales practican una economía informal en la cual los intercambios de productos, dinerarios o mediante el trueque, forman parte de su cotidianidad (el regateo y el canje de cromos serían hoy

persistencias aquí arraigadas). Asimismo, este tipo de prácticas permiten sobrevivir a dichas capas sociales dada la maltrecha economía española. A comienzos del siglo XVIII, los baratillos -mercados de venta al por menor, situados en plazas públicas, no regulados y espontáneos- aparecen en el área que ocupa actualmente el Rastro como una extensión de las zonas céntricas de la urbe. En un primer momento, en 1710, el mercado de ropa y objetos usados se establece en el lugar conocido como “tapón del Rastro”<sup>7</sup>. Más adelante, alrededor de 1740, el Rastro se afianza de forma definitiva como mercado diario en la actual plaza de Cascorro y la calle de la Ribera de Curtidores y sus vías adyacentes. Durante dicho siglo, a tenor de los ideales ilustrados, higienistas, de primacía de la racionalidad y de la modernidad, que continúan estando en la base de la nueva visión de los centros históricos y chocan con los mercados de venta ambulante, se produce un proceso de “expulsión escalonada de los distintos vendedores molestos para el decoro ilustrado del centro urbano” (Nieto, 2004, p. 28, citado en Aramayona, 2019, p. 179), por lo que muchos comerciantes establecidos en las zonas nobles de Madrid tienen que reubicarse en los barrios bajos; de esta forma, la actividad comercial en esta área crece poco a poco.

**Figura 8: Plano de Antonio Espinosa de los Monteros de 1759. El Rastro.**



Fuente: Documentos Antiguos (Espinosa, s.f.)

<sup>7</sup> El llamado popularmente ‘tapón del Rastro’ fue una manzana triangular de casas que se hallaba en la actual plaza de Cascorro y que suponía un obstáculo al paso de la gente. Tal y como se verá, fue derrumbada en 1905, por lo que también desaparecieron la calle San Dámaso y la calle del Cuervo que la rodeaban. De este modo, la actual plaza de Cascorro quedó ampliada hacia la calle de San Millán y la calle del Duque de Alba (Trapiello, 2018).

Ante el aumento de vendedoras y compradoras en la calle de la Ribera de Curtidores y adyacentes, en 1811, el Ayuntamiento procede a iniciar un proceso de formalización del mercado mediante la concesión de las primeras licencias (Nieto, 2004), acontecimiento que se interrumpe con la restauración del Absolutismo de Fernando VII, en 1814. Cabe señalar que, en realidad, el reconocimiento administrativo de la actividad durante este breve periodo temporal se debe a la voluntad de controlar y enmendar su faceta problemática, asociada a la mala imagen, la congestión de la vía pública y el desorden general del espacio público.

En 1833, tras la muerte de Fernando VII, en Madrid se consolida una burguesía liberal de base comercial, lo cual también repercute en el reconocimiento legal y administrativo del Rastro. En 1852, gracias a la necesidad de aumentar los ingresos de las arcas municipales, se legaliza de forma definitiva la venta ambulante en el Rastro y se universalizan las licencias, cumpliendo normativa de traspaso y pago de cuotas. Este hecho, por lo tanto, implica un otorgamiento de derechos y, a la vez, un cumplimiento de deberes y obligaciones<sup>8</sup>; en todas estas décadas se produce un proceso de burocratización de la venta ambulante, lo cual conlleva un mayor control político-administrativo por parte del Gobierno Local de Madrid y el deber de ajustarse a las normas aprobadas, por ejemplo, en la homologación de los distintos puestos y horarios de venta (Aramayona, 2019). En 1870, más de la mitad de los comerciantes con licencia vendían “artículos de comer, beber, arder y vestir” (Nieto, 2004, p. 93), productos que en el próximo siglo están presentes pero en menor medida, dado el impulso de las antigüedades y la apertura internacional del Rastro con la llegada de vendedoras ambulantes extranjeras que ofrecen productos típicos de su país de origen.

Durante este siglo, además, empiezan a aparecer de forma embrionaria comercios de antigüedades -asociados al estilo de vida y al gusto de los sectores burgueses- y se abren tres bazares -Bazar de la Casiana o Primitivas Américas, Bazar del Médico o Grandiosas Américas y Bazar de las Américas, Nuevas Américas o del Federal-, que

---

<sup>8</sup> “Además de un cumplimiento más riguroso del pago y fiscalización de las cuotas y la política de traspasos, se establece de manera expresa el propósito de la licencia: regular el uso del espacio público, recordando la propiedad pública (estatal) del territorio sin que sirva de precedente de ningún tipo de titularidad de los comerciantes sobre el espacio, así como la capacidad de la municipalidad para retirar los puestos sin necesidad de explicación ni indemnización a los vendedores” (Aramayona, 2019, p. 181)



suponen un intento de concentración de los puestos (Trapiello, 2018). Con todo, el siglo XIX conlleva la consolidación del Rastro como mercado de venta ambulante y como lugar de encuentro de la vida cultural madrileña, relatada magistralmente por Benito Pérez Galdós en sus novelas.

## 1.2. Primeras décadas del s. XX: aproximaciones desde la regulación específica del Rastro de 1905 hasta la Guerra Civil (1936-1939)

Las tres primeras décadas del s. XX en Madrid están marcadas por la bonanza económica y la estabilidad. En este contexto, el Rastro aprovecha el impulso de las últimas décadas del s. XIX, que atrajeron al mercado de venta ambulante a algunos sectores de la burguesía madrileña mediante la comercialización de mercancías asociadas a su estilo de vida, como las antigüedades, para afianzar una nueva imagen alejada de los estigmas negativos, esto es, como “un lugar moderno y cosmopolita, en el que la mezcla de tiendas, puestos fijos, venta ambulante y bazares comienza a llamar la atención de visitantes madrileños y extranjeros” (Aramayona, 2019, p. 184). La curiosidad y la mezcolanza son focos de atracción a causa del aumento de la variedad de la oferta de productos del siglo anterior, si bien las vendedoras siguen formando parte de los sectores populares del barrio.

Según José Antonio Nieto (2007), 1905 supone un punto de inflexión para el Rastro por dos motivos principales: la apertura urbana de la zona hacia el centro y el sur, y la promulgación de la primera regulación específica para el mercado.

En primer lugar, se empieza a derribar el tapón del Rastro, que permite conectar mejor el área con las partes nobles del centro histórico, atrayendo de esta manera un mayor flujo de gente hacia el mercado ambulante. Como consecuencia de este hecho, se constituye la actual plaza de Cascorro. Asimismo, y fruto del declive crónico de los bazares, en 1931 se demuele el tapón de las Américas, lo cual permite prolongar la calle de la Ribera de Curtidores hacia el sur de la urbe. Así pues, con estas dos operaciones, el ir y venir de gente hacia el área aumenta y el Rastro gana público y protagonismo.

En segundo lugar, se aprueba la Ley de Descanso Dominical, norma que prohíbe la compraventa de productos los domingos. Este hecho, que choca con la actividad genuina del Rastro, hace que los comerciantes presionen a las autoridades, las cuales aprueban mediante la Real Orden del 2 de enero de 1909 el permiso para que el

mercado se pueda celebrar (Aramayona, 2019). Este acontecimiento es remarcable, dado que significa la primera normativa de venta ambulante específica para el Rastro, hecho que le otorga una faz de distinción respecto al resto de mercados madrileños.

**Figura 9: Ribera de Curtidores en los años 30 del s. XX**



*Fuente:* El Rastro. Historia, teoría y práctica (Trapiello, 2018, p. 74)

Las décadas de 1910 y 1920 son de relativa tranquilidad, que es truncada con la Guerra Civil (1936-1939) desencadenada a raíz del golpe de Estado de Francisco Franco; en este escenario, el Rastro es un símbolo de la resistencia de Madrid frente al Fascismo, puesto que continúa funcionando bajo los bombardeos aéreos y terrestres que sufre la ciudad por parte del Bando Nacional. En este sentido, el Rastro “cumplió una función de normalización política en un momento de profunda excepcionalidad” (Aramayona, 2019, p. 186). Cabe destacar que el espíritu rebelde mostrado durante los tres años de guerra es un elemento recurrente que aparece cíclicamente ante los conflictos derivados del enfrentamiento con el poder público.

### 1.3. Etapa de la dictadura franquista

El periodo de la dictadura franquista conlleva la apertura de una nueva etapa para el Rastro. El Régimen, tal y como relata José Antonio Nieto (2016), quiere controlar una zona fuertemente popular que históricamente se ha expresado de izquierdas y con una tenaz resistencia al acatamiento del poder. Así pues, trata de “ordenar y adecentar (...) el comercio del pintoresco Rastro de Madrid a través de argumentos que apelaban a la necesidad de orden y limpieza” (Nieto, 2016, p. 57), así como facilitar el tránsito de peatones, promover el descanso de la vecindad perturbado por los gritos de los vendedores ambulantes y posibilitar una mejor circulación del tráfico de vehículos y peatones. Si bien tras el fin de la Guerra Civil se prohíbe el comercio ambulante, este no deja de crecer debido a las dificultades económicas de la población (Aramayona, 2019).

Asimismo, las autoridades franquistas promueven dos procesos coetáneos y paralelos que favorecen una estilización y elitización de la parte alta y central del Rastro. Por un lado, se construyen las conocidas galerías de la calle de la Ribera de Curtidores -Galerías Piquer y Nuevas Galerías-, donde se ubican tiendas de antigüedades con un público de clase media y alta y que, a su vez, permiten poner en un segundo plano la pobreza de la zona y el desorden de los bazares, que están en declive. Por otro lado, se fragua un proceso de desplazamiento de los tipos de intercambio comercial más informales y alejados de la estética moderna y racional hacia el sur, donde se hallan los sectores más obreros y los puestos con cachivaches y chatarra variada, siendo la plaza del Campillo del Mundo Nuevo el espacio más afectado por este acontecimiento, hecho que se mantiene en la actualidad. Así pues,

Dada la pendiente física desde la plaza de Cascorro hasta el Sur del boulevard de la Ronda de Toledo (con un desnivel de unos 25 metros), así como de las diferencias derivadas de la desigualdad social de su población, bajar hacia el Sur significaba literalmente descender socialmente, mientras que subir hacia el Norte suponía escalar en la estructura social del Rastro y de la ciudad de Madrid (Aramayona, 2019, p. 191).

Ambos procesos muestran cómo desde el poder público se interviene en el Rastro de forma en apariencia puntual, mediante la reorganización de ciertos usos y la transformación física del espacio urbano para alojar una nueva actividad, a partir de lo cual se logra modificar parcialmente la dinámica del mercado ambulante; es decir, si bien no se efectúa un mayor control, la intervención sutil produce un cambio efectivo sin la necesidad de normativizar más esta actividad urbana.

**Figura 10: Torre de las Galerías Piquer, años 50 del s. XX**



*Fuente:* El Rastro. Historia, teoría y práctica (Trapiello, 2018, p. 92)

A partir de 1959, cuando se impulsa un cambio en el modelo económico de España, que realiza una transición de la autarquía al desarrollismo y, sobre todo, con la llegada del Tardofranquismo (1969-1975), momento en el que las manifestaciones contra el Régimen son más fuertes, se produce un cambio de actitud hacia el Rastro, con un incremento de la laxitud de la inspección y del control. Las transformaciones sociopolíticas que están sedimentando en la sociedad madrileña hacen que el mercado ambulante se convierta en un lugar de relativa libertad y de prácticas consuetudinarias -por ejemplo, el respeto al lugar del puesto- fundadas en las redes de confianza, muy relevantes para comprender su ser histórico y, tal y como se verá, las actuales dinámicas socioespaciales.

Durante las décadas de 1960 y 1970, el Rastro de Madrid es escenario de un crecimiento importante de la informalidad con la llegada de nuevos comerciantes ambulantes a las calles, muchos de los cuales en busca de un complemento económico a su trabajo formal. Asimismo, un cuantioso número de personas artesanas empiezan a regentar puestos, lo cual inicia un proceso lento de profesionalización que se solidifica en la década de 1980, así como también la diversificación de los productos de venta. A este grupo se le unen sectores exiliados de las dictaduras latinoamericanas que vienen a suponer una nueva apertura de esta actividad urbana: “el Rastro se convirtió así en un lugar de experimentación cultural, social y política, así como, una vez más desde sus orígenes, en el sustento de vida de numerosas personas” (Aramayona, 2019, p. 196).

#### 1.4. Transición y Gobierno Local de Enrique Tierno Galván: estigma, giro punitivista y regulación

Tras la muerte del dictador Francisco Franco, la época de la Transición y los primeros años de la década de 1980 significan un giro punitivista en el Rastro (Aramayona, 2019). En ese sentido, dos acontecimientos muestran esta nueva etapa: el uso de un recurrente relato institucional basado en la inseguridad, la peligrosidad, la desmesura, el desorden y el robo, elementos asociados a esta práctica urbana que se ve manchada por el mercado de la droga; y, por otro lado, con la excusa de instaurar el orden en las calles por la celebración del Campeonato Mundial de Fútbol de 1982, se produce una macrorredada en la que un total de 526 personas son detenidas. Por lo tanto, se observa que la percepción del Rastro en el s. XX es muy fluctuante: durante las primeras tres décadas se valora como un lugar vivo, cosmopolita y algo exótico; en la Guerra Civil adquiere una imagen heroica y de rebeldía frente al Fascismo; con la dictadura de Francisco Franco llega un primer momento de tensión, dado que las autoridades municipales intervienen sobre él directamente, si bien en el Tardofranquismo hay una mayor laxitud; y, finalmente, adquiere de nuevo un estigma negativo durante la Transición.

La situación conflictiva derivada por el aumento de vendedoras ambulantes en la calle conlleva la toma de medidas tendentes a la regulación definitiva de la actividad. Así pues, el “crecimiento desbordado” (Aramayona, 2019) del Rastro acontecido durante las décadas de 1960 y 1970 es visto como un problema para el Gobierno Local de Madrid. Desde su llegada al poder, el equipo del alcalde Tierno Galván trata de poner freno al auge de vendedoras ambulantes, estableciendo regulaciones claras y específicas para el mercado, al mismo tiempo que emprende acciones para su reordenación y facilitar la convivencia entre todos los actores implicados. Antes de la promulgación de esta norma, un vendedor del Rastro entrevistado en el desarrollo de esta investigación recuerda que

El Rastro era un poco más anárquico, no estaba tan organizado, en aquellos años, pero tenía ese encanto de muy, muy popular, como siempre ha sido, muy espontáneo, muy popular, muy al momento, al día. No estaba tan organizado (Florentino García, vendedor ambulante del Rastro).

En marzo de 1984, se celebran unas jornadas de información y de debate sobre el mercado ambulante abiertas a la ciudadanía, en las que el equipo de gobierno presenta sus planes de regulación, que son calificados como negativos por parte de los vendedores ambulantes. Este hecho es la semilla de una serie de movilizaciones, instalación de pancartas y reparto de panfletos a los visitantes del mercado para

intentar parar la nueva normativa que, a pesar de la oposición, con solo el informe de los técnicos municipales y sin participación ciudadana, es aprobada el 30 de noviembre de 1984 por la Junta Municipal del distrito Centro.

Las “Normas Específicas Regulatorias de la Venta denominada El Rastro” establecen cuatro puntos clave que cambian su fisonomía (Nieto, 2016): se disminuye el perímetro del Rastro, dejando fuera calles como por ejemplo Embajadores y Gasómetro, por lo que hay una disminución cuantiosa de alrededor 1500 puestos, que son suprimidos; se fija el pago de tasas mensuales dependiendo de la superficie ocupada y de la zona de ubicación, calificada como muy elevada por parte de las vendedoras; se obliga a las personas extranjeras que quieren montar un puesto la tenencia del permiso de residencia; y, finalmente, se prohíbe que la mercancía yazca directamente en el suelo.

Estos cambios regulatorios se enmarcan en el seno de un relato institucional basado en el discurso de la inseguridad y la informalidad, “de manera que el Ayuntamiento justificaría sus medidas siempre en relación con la necesidad de evacuación de servicios públicos esenciales y urgentes, y la eliminación de peristas y toxicómanos” (Nieto, 2016, p. 217). A estas razones se le añaden otras como la inaccesibilidad a servicios de socorro y policiales, ser un foco de peligro colectivo, erigirse como centro de venta de artículos robados o de dudosa salubridad e incluso un “espacio comercial invadido por vendedores incontrolados” (Heras, 1984).

Así pues, la regulación de Tierno Galván establece una normativa propia para el Rastro que disminuye su volumen, el espacio público usado, genera el languidecimiento y muerte del mercado de diario, e implica tensiones entre las autoridades municipales y las vendedoras ambulantes, así como también entre estas y las personas propietarias de las tiendas fijas. Este último grupo presiona al Gobierno Local para que ejerza una mayor rigidez y control al mercado de venta ambulante, a través de recursos de legitimidad como son la permanencia de la actividad durante toda la semana, la actividad económico-comercial reconocida legalmente y la propiedad privada del espacio que ocupan las tiendas, lo cual incide en una mayor influencia política para hacer valer sus intereses que aquella que pueden ejercitar las vendedoras ambulantes.



## 1.5. Reubicación y reestructuración frustrada de Alberto Ruiz-Gallardón

*El Rastro es el centro de Madrid, es como si quisiéramos llevarnos Madrid a Huelva, no tiene sentido (EFE, 2004)*

Después de la regulación del mercado ambulante del equipo de gobierno Enrique Tierno Galván, el Rastro vive una década de relativa tranquilidad en la cual hay un mayor orden y claridad en el uso del espacio público. Esta calma se trunca con la aprobación de la Ley 1/1997, de 8 de enero, Reguladora de la Venta Ambulante de la Comunidad de Madrid<sup>9</sup> y de la Ordenanza Reguladora de la Venta en el Rastro de Madrid en el 2000, que deroga la normativa de 1984 pero, sobre todo, con el acceso a la Alcaldía por parte de Alberto Ruiz-Gallardón, en 2003, momento en el cual se abre un nuevo conflicto en el mercado de venta ambulante.

En 2004, el Gobierno Local impulsa el “Plan de Acción de la Oficina del Centro”, un programa que camina en dos direcciones: en primer lugar, la voluntad de abrir un segundo Rastro en un solar vacío junto a Mercamadrid, en el distrito de Villa de Vallecas, alejado del centro de la ciudad, donde los puestos se situarían bajo una gran carpa de lona, calificado por Mayka Torralbo, la portavoz de la Asociación Cultural El Rastro Punto Es y una de las personas entrevistadas para este estudio, como “globo sonda para después llegar a lo que realmente querían, una reestructuración del Rastro”; y, en segundo lugar, realizar un estudio sobre las problemáticas del mercado, diagnosticar sus debilidades y sus fortalezas, como base para emprender una reordenación del mercado, que supondría disminuir sustancialmente los 1500 puestos que están autorizados en ese momento. Este documento, encargado a una empresa privada y al cual no se ha tenido acceso en el desarrollo de esta investigación, establece como objetivo básico ‘racionalizar’ el mercado: exponer los problemas de carga y de descarga en la zona durante los domingos, describir cuál es el diseño y situación de cada uno de los puestos, detectar la venta ambulante ilegal y medir el grado de inseguridad del área (Nieto, 2016).

---

<sup>9</sup>La aprobación de esta ley no estuvo exenta de polémica y de movilizaciones por parte de las vendedoras ambulantes. El conflicto acaecido a partir de este texto es germen de la Plataforma de Comerciantes Ambulantes de la Comunidad de Madrid. Carmen Torralbo (2020) expone los detalles de esa movilización social en su artículo “*Los procesos participativos contra las normativas neoliberales: las luchas de la Plataforma de Comerciantes Ambulantes de la Comunidad de Madrid en defensa de los mercadillos municipales*”.

Conocida la información y los planes del Ayuntamiento de Madrid, las vendedoras ambulantes vuelven a iniciar un ciclo de movilizaciones para detener el proyecto: manifestaciones, cartelero bajo el lema “Gallardón amenaza el Rastro” y recogida de 40.000 firmas en pocas semanas para defender la oposición al traslado parcial o total del Rastro, la ‘racionalización’ del mismo y mostrar el apoyo para que sea declarado Bien de Interés Cultural (El País, 2004a). En este contexto, las vendedoras ambulantes muestran un triple desacuerdo con el Gobierno Local: están en contra de su traslado, del recorte en el número de puestos autorizados y de la sectorización, esto es, de la división del mercado en zonas según el tipo de producto en venta (El País, 2004b).

Gracias a la presión y las movilizaciones de los vendedores ambulantes y la poca acogida por parte de la sociedad madrileña, la ‘reordenación’ y ‘racionalización’ del Rastro no se efectúa y el proyecto del mercado de Villa de Vallecas queda paralizado.

#### 1.6. Propuesta de reordenación de José Luis Martínez-Almeida

Tras un período de calma bajo el Gobierno de Manuela Carmena (2015-2019), el estallido de la pandemia de COVID-19 abre el último vector<sup>10</sup> de conflicto entre los agentes implicados en la celebración del Rastro, que tiene la disputa del espacio público y las condiciones de reapertura de la actividad como principales focos de tensión.

Tras la declaración del estado de alarma por el RD 463/2020, de 14 de marzo, el Rastro deja de celebrarse *sine die*, en el contexto de la situación sanitaria excepcional y la incertidumbre por el nuevo coronavirus que paraliza al planeta. Después del Decreto de la Concejal Delegada del Área de Coordinación Territorial, Transparencia y Participación Ciudadana por el que se levanta la suspensión del funcionamiento de los mercadillos de los Distritos, de 20 de mayo de 2020, empiezan meses de negociaciones entre las asociaciones de vendedores ambulantes del Rastro, asociaciones de comerciantes fijos y el Gobierno Local para acordar los parámetros

---

<sup>10</sup> Antes de este último ciclo de movilizaciones, estalla el conflicto derivado de la transposición de la Directiva 2006/126/ce, del Parlamento Europeo y el Consejo, propugnada por el Gobierno de Esperanza Aguirre, en 2009. Este es narrado por Carmen Torralbo (2020) en su artículo “Los procesos participativos contra las normativas neoliberales: las luchas de la Plataforma de Comerciantes Ambulantes de la Comunidad de Madrid en defensa de los mercadillos municipales”.

bajo los cuales reabrir el mercado. El desacuerdo entre las partes conlleva el inicio de manifestaciones semanales por parte de las vendedoras ambulantes, celebrándose el 5 de julio de 2020 la primera movilización, a la que siguieron 27 más.

Hacen falta un total de cinco propuestas hasta llegar a un acuerdo; la primera de ellas suponía, entre otros elementos, la supresión de la zona de Cascorro, mitad de Ribera de Curtidores y eliminación de Ronda de Toledo, con un 12% de los puestos totales y la zonificación en tres pequeños mercadillos en el área (Ojeda y Peinador, 2021). Por lo contrario, las asociaciones de vendedores ambulantes, encabezadas por Mayka Torralbo, señalan: “Nosotros no queremos que haya minimercadillos, sino que haya un perímetro conjunto de todo el Rastro donde se incluyan tiendas y puestos, porque es más eficiente a todos los niveles”. Con la aceptación por ambas partes de montar el 50% de los puestos cada semana -propuesta que las vendedoras ambulantes defienden desde un primer momento y que la Junta Municipal del distrito Centro niega, faltando a la verdad y alegando que este colectivo pide la reapertura al 100%- , reducir su tamaño, así como el acuerdo sobre el control del aforo de 2700 personas y el balizaje del mercado por parte de la Policía Municipal -estuvo sobre la mesa que de esta tarea se encargaran las vendedoras ambulantes, a lo cual se negaron-, el 22 de noviembre se reabre el Rastro bajo un fuerte dispositivo de seguridad (Vega, 2020).

**Figura 11: Manifestación de las vendedoras ambulantes en la plaza de Cascorro**



Fuente: Elaboración propia

Este hecho supone el mayor período de cierre del mercado en toda su historia, con ocho meses de inactividad y fuertes tensiones entre los actores implicados. El Rastro es el último mercado no sedentario en reabrir por la COVID-19 en 2020 y, como apunta Jesús González, portavoz de la Asociación de Vecinos “El Rastro de Madrid”, “se retrasó mucho y se entorpeció demasiado, se tensionaron mucho las cosas”. Finalmente, recupera su completa actividad con el 100% de los puestos el 26 de septiembre de 2021, gracias al voto favorable del conjunto de partidos de la oposición en la Junta Municipal del distrito Centro y en contra de la voluntad expresada por el Gobierno Local (Hidalgo y Medialdea, 2021).

**Figura 12: Plaza de Cascorro durante la apertura del Rastro al 50% en mayo de 2021**



*Fuente:* Guillermo Navarro (2021)

En resumen, en el marco de esta confrontación entre las asociaciones de vendedores ambulantes y el Gobierno Local se contraponen dos discursos: por una parte, las primeras entienden que el momento de excepcionalidad que supone el cierre del mercado ambulante a causa de la pandemia puede ser aprovechado para generar transformaciones permanentes en la gestión y la ubicación del Rastro; por otra parte, desde el Gobierno Local se asegura que cualquier cambio en el mercado de venta ambulante es transitorio y que, pasada la pandemia, se volvería a la situación precedente. El trasfondo de estos dos relatos en torno al Rastro es analizado en el apartado 3.2.3. de esta **PARTE III**.

**Tabla 9: Ideas destacadas de la evolución histórica del Rastro de Madrid**

<b>ORÍGENES Y CONSOLIDACIÓN PROGRESIVA</b>	<b>PRIMERAS DÉCADAS DEL S. XX</b>	<b>ETAPA DE LA DICTADURA FRANQUISTA</b>	<b>TRANSICIÓN Y REGULACIÓN DE ENRIQUE TIERNO GALVÁN</b>	<b>REUBICACIÓN FRUSTRADA DE ALBERTO RUIZ-GALLARDÓN</b>	<b>PROPUESTA DE REORDENACIÓN DE JOSÉ LUIS MARTÍNEZ-ALMEIDA</b>
Fecha de origen inexacto y existencia de varias interpretaciones	Promulgación de la primera regulación específica del mercado en 1905	Proceso de estilización y elitización de la parte alta y central del Rastro	Aprobación de las “Normas Específicas Reguladoras de la Venta denominada El Rastro” en 1984	Estudio de la apertura de un segundo Rastro cerca de Mercamadrid	Problemática de reapertura del Rastro tras el cierre de la actividad económica derivada por la pandemia de COVID-19
Comienzo informal y espontáneo	Apertura urbana de la zona hacia el centro y el sur	División de clase y comercial entre la parte alta-norte y la zona baja-sur	Reordenación y disminución del número de puestos	Estudio de reordenación y racionalización del Rastro: homogeneización de los puestos, estilización de los mismos	Largas negociaciones y numerosas propuestas para la reapertura de la actividad entre los agentes implicados, algunas fuera de su espacio histórico: ocho meses sin Rastro
Carácter popular y humilde del mercado, situado en los barrios bajos de la ciudad	Espíritu rebelde. Símbolo de la resistencia de Madrid frente al Fascismo	Laxitud de control e inspección durante el Tardofranquismo (1969-1975)	Languidecimiento y muerte del mercado de diario	Movilización de las vendedoras ambulantes y paralización de las dos propuestas	Reapertura del Rastro en contra de la voluntad del Gobierno Local y el voto favorable del conjunto de los partidos de la oposición

Fuente: Elaboración propia



### 1.7. A modo de conclusión

En materia de política urbana y, dentro de esta, en lo referente a la atención al espacio público, el Gobierno Local de Madrid ha tendido a tratar de atajar los conflictos derivados de este mercado de venta ambulante con distintas intervenciones a través de la normativa y de la regulación. Tal y como se desprende de esta evolución histórica del Rastro de Madrid, que ha tendido a la formalización y a la burocratización -entre otros, con la concesión de licencias y autorizaciones, el pago de tasas y la estandarización de las dimensiones de los puestos-, el orden se convierte en un principio fetichizado y, aunque se caracteriza por su tono técnico, natural y neutro amparándose en la gestión burocrática y/o en el desarrollo legal, se observa que su definición es más problemática de lo que *a priori* parece, pues no es objetiva ni viene dada, sino que se construye de modo cultural y político. En consecuencia, este hecho conduce a la legitimación de ciertos usos y prácticas del espacio público y a la estigmatización de otros.

En definitiva, este tipo de intervención desde el Gobierno Local no logra suprimir la naturaleza conflictual de la gestión del espacio público, como ejemplifica el caso de la reestructuración frustrada de Alberto Ruiz-Gallardón y la confrontación por la reapertura del mercado ambulante con el actual equipo de gobierno de José Luis Martínez-Almeida; de hecho, este escenario se agrava en el centro histórico de Madrid, donde se ubica el mercado del Rastro, dado que es un espacio de gran valor económico e inmobiliario, por lo cual las fricciones y los desacatos son constantes entre los agentes interesados. Por lo tanto, se produce una tensión histórica entre, por un lado, Gobierno Local y vendedoras ambulantes y, por el otro, entre norma político-administrativa y espontaneidad-informalidad, relaciones que han ido evolucionando a lo largo del tiempo pero cuyo amalgamamiento es conflictivo.



## 2. Dimensión espacial del Rastro: espacio público urbano, usos y cruces

El Rastro es un punto de solapamiento de tradiciones, intereses, ideas y actitudes muy diversas, elementos que le dotan de una heterogeneidad y de un dinamismo singular. Esta práctica urbana singular somatiza el paso del tiempo, adaptándose a las nuevas realidades y, a la vez, manteniendo la tradición y la memoria, erigiéndose de esta modo como un enlace entre el pasado y el presente que se celebra semanalmente en el corazón de Madrid. Así, mientras que “los centros comerciales son todos iguales, vas a uno y has estado en todos, el Rastro es algo vivo, algo que cada domingo tiene su vida propia”, afirma Florentino García, un vendedor ambulante del mercado que desde 1979 acude a la plaza de Cascorro para ofrecer sus productos de cuero fabricados artesanalmente. Esta zona viva, activa y atrayente es resultado del dinamismo del espacio que el lugar expresa, fuente de flujos de personas que se reúnen allí e interactúan con el entorno.

Con todo estos elementos, desde el punto de vista de la dimensión espacial, el Rastro es el diálogo entre espacio público, mercado de venta ambulante, áreas de influencia y espacio sonoro, por lo que el escenario resultante debe ser analizado de forma integrada para ser comprendido en su totalidad.

Los puestos de venta ambulante constituyen el alma del mercado que, como una red entretejida, se distribuyen por las distintas calles y plazas autorizadas de la zona. El espacio público, transformado los domingos y festivos por esta actividad, observa cómo sus usos y funciones semanales abren paso a una interacción social distinta entre el comercio no sedentario, el entorno urbano, las visitantes y los establecimientos fijos. Pasear por las vías del Rastro en domingo es inmiscuirse en un espacio de representación, donde los agentes viven la experiencia rastrista y la llenan de significados, encuentros, recuerdos pasados, experiencias, familiaridad y vínculos afectivos.

Asimismo, pensar el Rastro de Madrid es vincularlo con un contexto urbano-espacial más amplio que aquel que ocupan los puestos de vendedoras ambulantes; es asociarlo también a sus zonas de aproximación, que los domingos se convierten en áreas de influencia de esta actividad. La relación creada entre el mercado y su entorno urbano va más allá del hecho comercial que, siendo importante para la sostenibilidad económica de los negocios fijos y no sedentarios, no es suficiente para comprenderla

en profundidad. Las áreas de influencia son aquellas calles, plazas y espacios que, sin formar parte oficial de las vías del mercado, se impregnan de su esencia: el encuentro, los flujos del ir y venir de gente con los productos adquiridos, la cerveza de media mañana en los bares de las zonas aledañas, las conversaciones sobre objetos vistos que han abierto la puerta a recuerdos pasados y un sinfín de ingredientes que acompañan al proceso de compraventa.

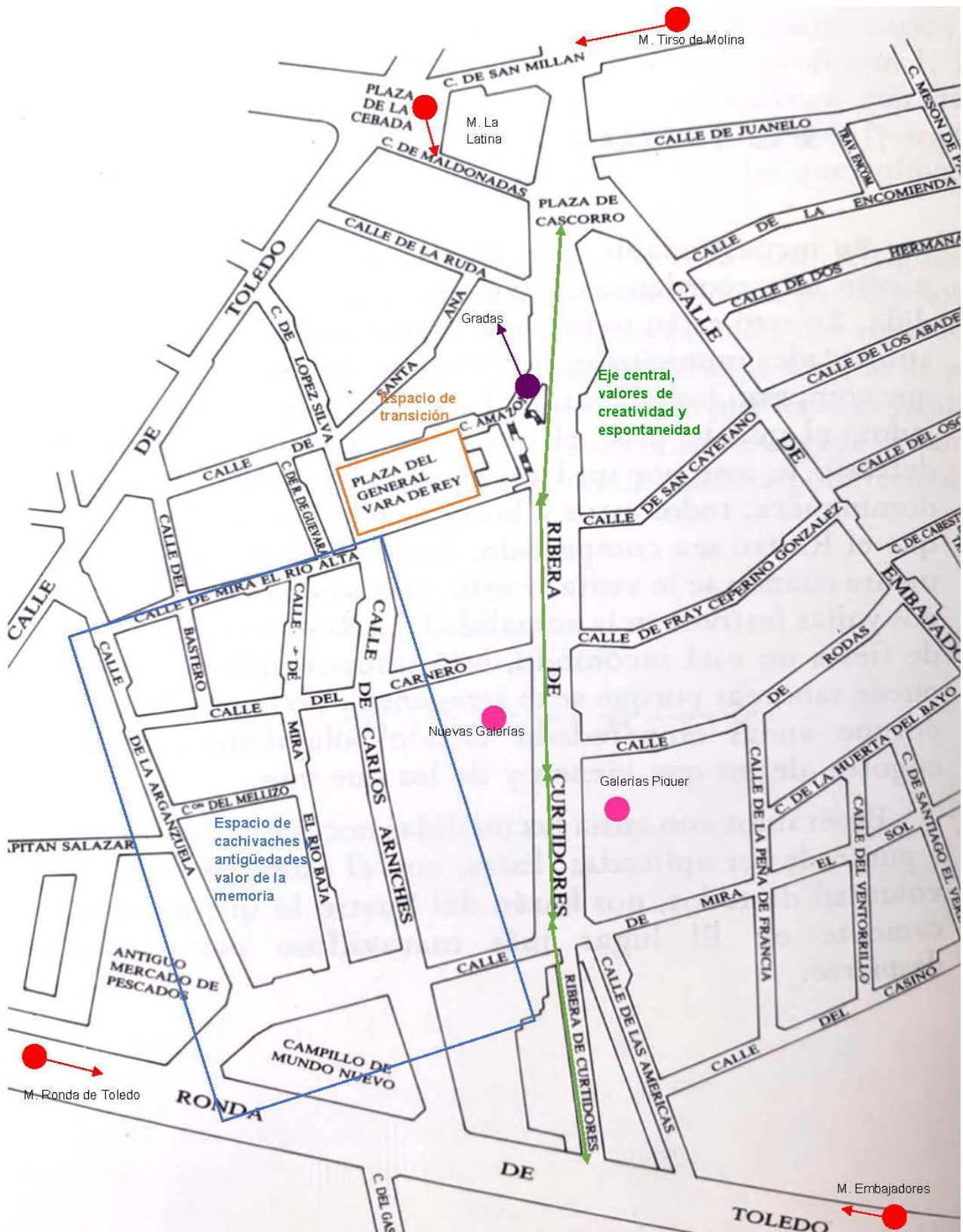
Con todo, la amalgama entre espacio físico y social, que constituye el alma del Rastro, desemboca en la conformación de un espacio sonoro<sup>11</sup> característico del propio mercado.

Así pues, cada vía y plaza tiene su propio carácter, su dinámica intrínseca, ofreciendo una vivencia distinta a las visitantes, que también moldean sus actitudes de acuerdo al entorno urbano en el que se encuentran. Por esta razón, a continuación se realiza un recorrido a pie de calle con una mirada analítica a la altura de los ojos. En este sentido, el ejercicio de observación es fruto de una serie programada de visitas semiorganizadas durante las cuales se presta una atención particular a comprender la diversidad de la venta según el producto, la intensidad de uso del espacio público, las distintas subrealidades dentro del Rastro, los hábitos y prácticas vinculados que no son estrictamente intercambios comerciales de mercancías y la forma en que el espacio acoge a distinto tipo de público, tal y como se refiere en la *Tabla 4*. Por lo tanto, cabe entender que el ejercicio de observar, describir e interpretar tiene un método, un sentido y un objetivo: expresar la dimensión espacial del Rastro, trazando un relato espontáneo y recursivo que refleja el valor de lo sociocultural, la relación, la mezcla, la espontaneidad, la informalidad y lo popular.

---

<sup>11</sup> Se entiende como espacio sonoro “todo el sistema de sonidos producidos por un grupo humano organizado, en sus actividades a lo largo del tiempo y del territorio por los que se mueve ese grupo. Este sistema sonoro estaría formado por sonidos de origen natural y social, estando relacionado no sólo con los modos de vida del grupo y con su visión del mundo, con su cultura, sino también con su modo de organizarse, así como con sus relaciones con el medio natural y con su nivel tecnológico” (Llop, 1987, p. 71).

Figura 13: Mapa de las calles y plazas del Rastro



Fuente: Elaboración propia a partir del mapa de Alejandra Seijas (2021)

## 2.1. Plaza de Cascorro

Hacer referencia al Rastro es, metonímicamente y en la jerga popular, hablar de la plaza de Cascorro, punto neurálgico de encuentro del Madrid matutino de los domingos. En esta ágora, símbolo del mercado, la estatua de Eloy Gonzalo -soldado español distinguido en la Guerra de Independencia de Cuba- preside las transformaciones del paso del tiempo, las manifestaciones y movilizaciones de las vendedoras ambulantes, así como también los cambios en los usos del espacio público durante la semana. Mientras que de lunes a sábado la plaza se convierte en un anexo de los bares, que llenan de terrazas las aceras, y los coches copan los aparcamientos, durante los domingos el espacio se transforma: la plaza pasa a ser peatonal, los puestos de las vendedoras ambulantes ocupan las aceras y la zona verde en los lugares delimitados en el suelo, y la calzada es dominada por los visitantes, que pasean, se paran, observan a su alrededor, miran las mercancías, en algunos casos compran y, tras echar un último vistazo al producto adquirido dentro de la bolsa de papel o plástico, vuelven a caminar.

En el último día de la semana, los cambios de uso afectan también al propio mobiliario urbano como, por ejemplo, una de las farolas situadas en medio de la amplia acera donde se sitúan los puestos, que pasa a adquirir una doble funcionalidad: lugar de descanso para los visitantes que se sientan en el pequeño escalón de su base y, a la vez, punto de sujeción de un espejo que corresponde a un puesto de chaquetas *vintage*, donde la clientela puede ver cómo le queda la prenda. Ese *collage* funcional enriquece el espacio mostrando una apropiación del lugar por parte de la ciudadanía, que lo transforma en algo 'vivido'.

La polivalencia de la plaza, abierta, accesible desde el metro de La Latina y de Tirso de Molina, capaz de aglutinar público muy diverso y transformarse en profundidad en sus usos, es uno de los motivos de su valor. La plaza de Cascorro es uno de los ejes centrales del mercado dominical donde se aglutina una mayor cantidad de personas y, a la vez, uno de los espacios con más zonas peatonales y donde se concentran más bares, que durante las horas de celebración del Rastro -momento de máxima afluencia en el área- no pueden montar sus terrazas. Se trata, pues, de un terreno conflictivo que subyace en las discusiones de todas las "reordenaciones" y "racionalizaciones" históricas propuestas para el mercado.

**Figura 14: Doble funcionalidad de la farola de plaza de Cascorro**



*Fuente:* Elaboración propia

Los puestos de las vendedoras, con gran variedad de productos -artesanías de cuero, cinturones, chaquetas y abrigos de segunda mano, láminas, pósters de cines, aceites aromáticos, fulares, mochilas y mandalas, entre muchos otros-, se distribuyen a lo largo del espacio público y cambian la idiosincrasia del área, ordenan los flujos de gentío y transforman el ambiente que se respira. Si bien estos constituyen una red distribuida horizontal, la posición ocupada dentro de la plaza de Cascorro es importante y genera diferencias: los puestos que están en un extremo, junto a las calles de San Millán, de Embajadores y del Duque de Alba, cuentan con una menor exposición al público que aquellos que se ubican en el núcleo del ágora y, sobre todo, los que se hallan en el punto de unión con la calle de la Ribera de Curtidores, articulación nodal del esqueleto intrínseco del Rastro donde, frecuentemente, se halla un puesto informal en el que unos señores vestidos de chulapos venden barquillos, un dulce típico de Madrid -cabe recordar que en el Rastro están prohibidos los productos alimenticios-. Las ventas, por lo tanto, también se ven condicionadas por el componente espacial, habiendo puestos mejor situados que otros<sup>12</sup>.

---

<sup>12</sup> Este hecho fue motivo de debate durante la reapertura del Rastro al 50% entre noviembre de 2020 y septiembre de 2021, dado que los puestos de las vendedoras ambulantes cambiaron ligeramente de lugar. En ese contexto, se produjeron tensiones entre algunas de ellas a raíz del



En este sentido, otros ubicados en calles que desembocan en la plaza de Cascorro, como la de las Maldonadas, ven profundizada su situación secundaria y sólo se ven beneficiados por las visitantes que llegan desde el metro de La Latina.

Asimismo, la gran afluencia de gente en el mercado entre las 12:00 y las 15:00 repercute en los bares y los comercios de la plaza: los primeros ven cómo se abarrota su espacio interior en la hora del tapeo, la cerveza y del vermú dominguero, como el Bar Cruz, La Casa de las Navajas, uno de los más emblemáticos de la zona, o el Restaurante Casa Amadeo, donde los caracoles son el plato estrella, lo cual produce una combinación entre la experiencia rastrista y la gastronómica; los segundos también aumentan sus ventas y el número de personas que entran a curiosear, por ejemplo, en la tienda Marihuana Bronca Total. Así pues, es importante señalar que en las mañanas dominicales se produce una especie de simbiosis entre puestos de vendedoras ambulantes y los locales comerciales fijos, que ven sus actividades económicas retroalimentadas a raíz del aumento de personas en la zona puesto que, como señala Mayka Torralbo, “el Rastro es un eje de convocatoria enorme que dinamiza el comercio de toda esta ciudad los domingos”.

## 2.2. Calle de la Ribera de Curtidores

Junto a la plaza de Cascorro, la calle de la Ribera de Curtidores es la más emblemática del mercado, lugar desde donde puede observarse a vista de pájaro la magnitud de esta actividad urbana debido a su pendiente. Estos dos espacios son los que

(...) la gente en general que no conoce bien el Rastro piensa que es el Rastro, lo más conocido. Los que se vienen a dar un paseo con los hijos, a pasear un domingo, empiezan en Cascorro o empiezan en Ribera de Curtidores y es más o menos lo que pasean. Ahí se detienen en los puestos ambulantes y demás, pero yo creo que es gente de más pasear, sí compran, pero es más de paseo (Alejandra Seijas, fotógrafa y creadora de la cuenta de Instagram “Todo Rastro”).

En lo alto de la misma, junto a la calle de las Amazonas, se halla lo que popularmente se conoce como ‘escaleras del Rastro’, unas gradas de piedra que salvan el desnivel y que abrazan la Escuela Mayor de Danza de Madrid. Este elemento urbano, que carece de florituras y destaca por su sencillez, se caracteriza por ser uno de los espacios

---

otorgamiento de una mejor o peor ubicación en la nueva distribución, decidida por el Gobierno Local atendiendo a criterios de menor movilidad posible dentro de cada sector del Rastro, cabiendo la posibilidad de cambio al sector más cercano en caso de imposibilidad de mantenimiento en el propio.



comunitarios más importantes de la calle y, por ende, del mercado. Su ubicación, en el área de enlace entre sus dos zonas más transitadas, le sitúa como punto de articulación del mismo y como sector de descanso para las visitantes. Allí, bajo la luz del sol en los días sin nubes, los grupos y parejas se sientan a tomar un respiro y observan, gracias a su diseño en forma de anfiteatro, el ‘espectáculo teatral’ del Rastro, viendo los ríos de gente que sube y baja por Ribera de Curtidores, calle desangelada durante la semana que sufre una transformación radical los domingos. Las gradas “son un ejemplo de éxito en el que un diseño simple puede hacer que un lugar destinado al mero tránsito se transforme en un espacio versátil, con vida propia” (Pérez y Somos Lavapiés, 2021), con una fuerte personalidad y representar, al mismo tiempo, una idea de espacio público sin consumo que favorece el encuentro y la socialización.

**Figura 15: Gradas de la calle Ribera de Curtidores**



*Fuente:* Elaboración propia

Desde este espacio hasta la calle de San Cayetano, se hallan cuatro hileras de puestos a causa de la amplitud del tramo, dos mirando hacia el interior de la calzada y dos hacia las aceras, lo cual dibuja un escenario urbano complejo de flujo de personas. Debido a su longitud, como una columna vertebral que ramifica el territorio,

junto a la Ribera de Curtidores hay otras calles secundarias e históricas que se caracterizan por sus mercancías: la calle San Cayetano, renombrada popularmente como ‘calle de los cuadros’, donde se concentran parte de los artistas pictóricos de la zona; y la calle de Fray Ceferino González, conocida como ‘calle de los pájaros’, donde antiguamente se vendían aves y en la cual actualmente -a causa de la prohibición de su venta- se pueden encontrar puestos con productos asociados a estos animales como, por ejemplo, una gran variedad de jaulas y comida para ellos. Sin embargo, la calle de la Ribera de Curtidores se conoce por su propio nombre debido a la imposibilidad de homogeneizar la gran diversidad de productos que se venden en sus puestos, desde CDs y DVDs de segunda mano, pasando por artesanías de cerámica, mandalas, piezas de cuero, joyas, mochilas y ropa, hasta láminas, pósters de películas antiguas e inciensos, entre muchos otros.

**Figura 16: Vista panorámica de la calle de la Ribera de Curtidores**



*Fuente:* Elaboración propia

En esta arteria espacial, las antigüedades, ausentes entre las mercancías de los puestos de venta ambulante, se hallan en dos espacios simbólicos desde el punto de vista histórico y arquitectónico: las Galerías Piquer y las Nuevas Galerías, ambas impulsadas durante el Franquismo como medio para dotar de una mayor condición estética y elitista el espacio. Estos dos establecimientos comerciales, con tiendas dedicadas a este producto, tienen un público con un nivel adquisitivo alto que busca la calidad de los muebles y un diseño singular y único. Durante los domingos, los amos de las tiendas no sacan parte de sus mercancías al patio interior, guardando así la elegancia y la pulcritud del lugar, y alejándose de este modo de la informalidad y del ‘espíritu’ del Rastro.

Frente a estos dos lugares, el resto de tiendas físicas de la calle son muy variadas y más comerciales para el público en general, dado que se encuentran supermercados,



floristerías, bancos, comercios de ropa de deporte y esquí, librerías, establecimientos de colchones y camas, negocios de fotografía y locales de venta de animales, entre otros, con una posición secundaria de los bares. Este hecho implica que se trata de una calle más vecinal, donde lo cotidiano desarrolla un rol protagónico.

### 2.3. Plaza del General Vara del Rey

La plaza del General Vara del Rey -anteriormente conocida como 'Cerrillo del Rastro' y plaza de Antonio Zozaya (Trapiello, 2018)- se ubica tras la Escuela Mayor de Danza de Madrid, unida con Cascorro y Ribera de Curtidores por la calle de las Amazonas, que funciona como enlace con la espina dorsal del Rastro. Cabe destacar que este amplio espacio de forma rectangular constituye una zona de transición, un umbral difuso entre dos áreas -por un lado, plaza de Cascorro y Ribera de Curtidores y, por el otro, calles de Carlos Arniches, de Mira el Río Alta, de Mira el Río Baja y plaza del Campillo del Mundo Nuevo- donde se mezclan distintas actitudes de los visitantes, comercio fijos y puestos de venta ambulante con mercancía variada. La mixtura, por lo tanto, es el elemento definitorio de este ágora, una mezcla que abraza todos los elementos espaciales y urbanísticos-sociales.

**Figura 17: Vista panorámica de la plaza del General Vara del Rey**



*Fuente:* Elaboración propia

El mayor flujo de personas se abre paso desde la calle de las Amazonas, donde se ubica una sola hilera de puestos debido a su estrechez. Allí, mayoritariamente recorren la plaza en dirección a las agujas del reloj: mientras que algunos grupos se encaminan hacia la calle de Carlos Arniches, otros vuelven al punto inicial y prosiguen su paseo por las arterias principales del mercado. En esta zona, la dinámica espacial es distinta a la plaza de Cascorro: el centro de la plaza, área peatonal durante los días laborables, está libre de puestos, que se colocan a su alrededor mirando hacia la calzada. Asimismo, se conforma un segundo perímetro de puestos en forma

rectangular bordeando las aceras exteriores del ágora. Esta distribución permite una canalización de flujos de personas clara que otorga al lugar una sensación de orden.

Además, se produce una especie de simbiosis entre mercancías de puestos de venta ambulante y tiendas fijas, hecho que no se produce en ninguna otra parte del Rastro: libros de segunda mano, pantalones, chaquetas, pareos, gran cantidad de cachivaches -algunos yacen sobre el propio suelo-, contraventanas y marcos de cuadros, perfumes y minerales, entre muchas otras, se fusionan con comercios como librerías de viejo, tiendas de alfombras, establecimientos de antigüedades, negocios de cerámica y de marcos de foto. Se trata, pues, de una zona en la que, si bien algunos comercios fijos sacan algunos productos a la calle, hay una gran prevalencia de los puestos de venta ambulante, donde “hay mucho artista que viene a comprar cosas de ropa por 2€, cosas que no las encuentras en otras tiendas” (Alejandra Seijas, fotógrafa y creadora de la culta de Instagram “Todo Rastro”).

Adicionalmente, cabe remarcar la diferencia de bares entre esta zona y Cascorro: en General Vara del Rey sólo se hallan dos de áurea castiza -Santurce y Café Rivas-, con una estética tradicional y cuyos clientes -incluso en las horas de Rastro- forman parte mayoritariamente del barrio o de Madrid: la tradicional tapa de fritura de antes de comer del primero, acompañada por un cerveza, abarrota el espacio interior y congrega a numerosas personas en la calle, que de esta forma dibujan una escena insólita en la que modernidad y tradición se funden en un todo.

#### 2.4. Calles de Mira el Río Alta y de Mira el Río Baja

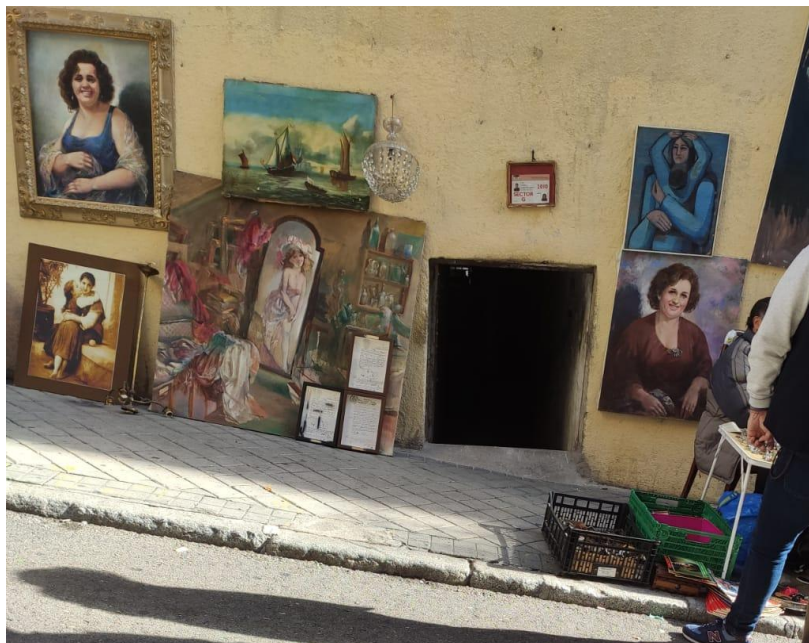
Caminar por las calles de Mira el Río Alta y Mira el Río Baja es adentrarse en la esencia del Rastro del siglo pasado. Su estrechez, los rótulos de los comercios que persisten estoicamente el paso de los años sin modernizarse y un público más local trazan un escenario urbano singular en el centro histórico de Madrid, que choca con el cosmopolitismo y la idea de lo global. Allí, la tradición, las relaciones informales, el desorden y lo viejo son los ingredientes protagónicos.

Junto a las principales vías mencionadas, este sector, conformado por las calles de Carlos Arniches, del Carnero, de Rodrigo de Guevara y el callejón del Mellizo, que se cruzan unas con otras, se erige como un espacio único donde aquello antiguo cobra un gran valor.

Los flujos de gente, que vienen de Ribera de Curtidores o de la plaza del General Vara del Rey, son distintos a los precedentes. En este lugar, con una localización recóndita y menos expuesta, pasean personas de más edad, con una mayor preponderancia de hombres mayores españoles que conocen la zona y curiosean entre los productos en busca de algo singular y único: preguntan, tocan, conversan con los responsables y, si al final no llegan a un acuerdo, se oye un “me voy a dar una vuelta y luego paso” que puede significar el desistimiento o la vuelta al lugar el próximo domingo para volver a pactar.

En esas angostas calles prevalecen los puestos de los propios comercios fijos allí situados, que sacan al espacio exterior las mercancías, algunas desde pequeños almacenes donde se accede a través de unas persianas que los domingos están subidas. Estos productos yacen directamente sobre las aceras: cachivaches, antigüedades, libros de viejo, viejas vasijas, cristales de gafas, mapas arcaicos, partituras desconocidas, fotos de comuniones en blanco y negro, baúles, muebles, una gran variedad de enseres y todo aquello imaginable conforman una estampa urbana que huele a pasado, como una permanencia de la historia en el Madrid abierto al mundo del presente siglo.

**Figura 18: Hueco de entrada de un pequeño almacén**



*Fuente:* Elaboración propia

Los comercios fijos, que observan los vaivenes de personas que suben y bajan por las calles, abren sus puertas a las curiosas, que observan el interior de los establecimientos repletos de antigüedades sin orden aparente, amontonamientos de trastos y cacharros de gran valor coleccionista que relucen a la vista de su singularidad. El sedimento de los años es marcado en las páginas amarillentas del comercio Libros de ocasión, donde montañas de tomos bañados de polvo abarrotan las estanterías de hierro que evocan décadas pasadas.

La calidez del espacio se aleja del abarrotamiento de las arterias principales del Rastro. Todo es más familiar y pequeño, mucha gente se conoce y se tutea. Los clientes acuden dispuestos a negociar si algo les gusta: el regateo es el instrumento de fijación del precio de las mercancías que, sin estar etiquetadas con su costo, fluctúa según la necesidad, la pericia, la habilidad y la voluntad de acuerdo en el proceso de compra y venta entre los dos negociantes: “-¿Cuánto es? ¿Cuánto me pides? -25€ -No [mirando al acompañante para cerciorarse de que el trato no es bueno] -¿Cuánto me pides? ¿Cuánto me das por él? -Te doy 15€ -20€ y ni para ti ni para mí -Hecho”. Esa negociación por una vasija antigua escuchada en el callejón del Mellizo es recurrente en esta zona del Rastro. Así pues, en un juego de expectativas, ucrónías e intereses, este sector ofrece un espacio público distinto, donde se recobra el valor de lo viejo, lo espontáneo y lo informal.

## 2.5. Plaza del Campillo del Mundo Nuevo

En la parte baja del Rastro, junto a la Ronda de Toledo -donde también se hallan puestos del mercado- y con conexiones a las calles de Mira el Sol, de Carlos Arniches y de Mira el Río Baja, este gran espacio abierto, la plaza del Campillo del Mundo Nuevo, se presenta como un lugar de encuentro lejos de las acumulaciones de gente y en una ubicación secundaria del Rastro, por lo que pasa inadvertida por muchos de sus visitantes: es una área mucho más vecinal y donde los bares y los comercios fijos -excepto las almonedas- tienen un público más barrial.

En la calle de Mira el Sol, enlace con Ribera de Curtidores, se hallan puestos de enseres, protectores para *tablets*, teclados y ratones para ordenador; también se ubican varias almonedas sin rótulo alguno que los domingos suben la persiana y ofrecen una gran cantidad de trastos y cachivaches, una amplia gama de viejas



muñecas y lámparas colgadas del techo, elementos abrazados al sombrío lugar que los deposita en el olvido durante la semana.

Pasear por la plaza del Campillo del Mundo Nuevo, con bancos para sentarse, aparatos para hacer ejercicio y zonas ajardinadas, significa encontrarse con diferentes tipos de mercancías y a un sector espacial homogéneo que da cobijo a una actividad ajena a la dinámica del Rastro pero que, aprovechando su importancia, ha acabado formando parte indirecta de su celebración: el intercambio de cromos, reminiscencia de una moda infantil y juvenil que tuvo su culmen en décadas pasadas, congrega a sus aficionados alrededor del área de grandes macetas blancas de árboles, que en su parte superior sirven como base donde apoyar los distintos cuadernos y cromos. Allí, lejos del bullicio de Ribera de Curtidores, se emplazan decenas de personas que buscan completar sus colecciones de jugadores de fútbol y pokémons, entre otras, con largas listas en mano para ver si consiguen el cromo deseado. El encuentro intergeneracional alrededor del coleccionismo entre abuelos, padres y nietos, que acuden juntos al lugar, es un nexo de unión con todo el Rastro y signo de un tipo de tradición evolucionada a los tiempos.

**Figura 19: Zona de intercambio de cromos**



*Fuente:* Elaboración propia

En esta ágora la distribución es parecida a la plaza del General Vara del Rey, con una parte central peatonal a cuyo alrededor se distribuyen los puestos de venta ambulante -que admiten el regateo-, con productos muy variados entre ellos: antigüedades que yacen en el suelo, revistas de décadas pasadas, cómics, flores y plantas, enseres, cables, chaquetas de segunda mano, radios antiguas, películas en DVD, música en CD y puestos de libros viejos, que aprovechan los hierros superiores que sustentan la estructura para colgar y vender, al mismo tiempo, calcetines de colores y dibujos llamativos. Esa última imagen es paradigmática y sintética de la mezcla de esta plaza.

## 2.6. Área de influencia

Al Rastro se llega caminando desde algunas de sus calles fronterizas que desembocan en su núcleo. Si bien no hay ninguna parada de tren ni de metro dentro de su perímetro, está rodeado de estas, que constituyen auténticos puntos vertebradores del área de influencia y a partir de los cuales empieza la experiencia rastrista.

La plaza de Tirso de Molina, con la boca de metro homónima, se constituye como un foco central, como un enlace para las personas que acuden desde la Puerta del Sol y sus alrededores. Allí, aprovechando la mayor afluencia de la zona, los domingos por la mañana se cierra parcialmente al tráfico y la estatua del escritor madrileño observa cómo se congregan distintas paradas -la gran mayoría de ellas regentadas por hombres- donde se venden libros, bustos, camisetas reivindicativas y antirrepresivas, gorras, imanes y otros productos muy variados de corte ideológico de izquierdas. Confluyen puestos con símbolos antifascistas, republicanos, soviéticos, marxistas, anarquistas y comunistas, que hacen ondear en sus puestos la bandera afín a sus ideas, como el tenderete de la Asociación de Amistad con Corea (KFA), al cual acompaña el emblema del país. La plaza, donde se sitúa la sede de la Confederación Nacional del Trabajo, es escenario de una mezcolanza de ideas variadas que son una de las puertas de entrada al Rastro.

**Figura 20: Tenderete de la Asociación de Amistad con Corea (KFA)**



*Fuente: Elaboración propia*

Junto a esas paradas se hallan las tiendas fijas de flores en forma de cubículos, que aprovechan la afluencia de las rastristas para abrir sus puestos entre las 10:00 y las 11:00 de la mañana, momento a partir del cual más gente acude al mercado. Asimismo, esos puestos son rodeados de las terrazas de los bares que copan una parte importante del espacio peatonal de la plaza, frecuentadas por clientes con un perfil específico, de nuevo estilo de vida de las clases medias y con una posibilidades económicas holgadas. Con todos estos componentes se va tejiendo un espacio variopinto, en el que un padre dice a su hijo: “Aquí empieza el Rastro, pero eso son sólo unos puestos, el de verdad [señalando al fondo hacia la plaza de Cascorro] es el de allí”. Esos “aquí” y “de verdad” constituyen el sustrato último de la idea expresada, la diferenciación entre el mercado y su área de influencia, que como una amalgama es ofrecida como un todo a las visitantes.

El nexos entre las plazas de Tirso de Molina y de Cascorro es la calle del Duque de Alba, que los domingos -como otras como la de los Estudios y de la Ruda- se convierte en peatonal para canalizar el flujo de personas que van al Rastro. Allí, lejos del barullo sónico de las vías con puestos, muchas artistas aprovechan la pequeña plaza del Duque de Alba para ofrecer su música y su arte, como un joven poeta con una máquina de escribir que crea unos versos a partir del concepto o expresión dada por las personas que le recompensan con alguna moneda. Visto en distintas partes, en

sus arterias principales y en sus áreas de influencia, el joven poeta simboliza el movimiento, el ambiente, la espontaneidad y la informalidad del Rastro, un escenario urbano donde poder intercambiar el arte en palabra o en producto artesano. Con cambio de nombre pero siendo la misma vía, la calle San Millán da la bienvenida a las personas que llegan desde el metro La Latina, en la plaza de la Cebada. Esa pequeña ágora es el punto de encuentro de muchos grupos de jóvenes, que aprovechan la mañana dominical para dar un paseo por el mercado. Repleta de personas, los negocios de hostelería que copan el espacio se benefician de la gran cercanía con el mercado.

La estación de Embajadores -cercanías y metro- se constituye como el tercer punto nodal del área de influencia, ya que canaliza el flujo de gente hacia la Ronda de Toledo (para aquellas personas que empiezan la experiencia rastrista por lo bajo de Ribera de Curtidores) y la calle de Embajadores. Allí se percibe poco a poco el acercamiento al mercado al ritmo del bullicio del pequeño interior de los bares y garitos, que ofrecen desayunos matutinos pero, sobre todo, un espacio de socialización mediante la cerveza y la tapa de antes de comer. Los grupos se congregan en corrillos en sus zonas exteriores con la bebida en la mano, escenas que van en aumento según se va acercando la plaza de Cascorro. El ascenso, progresivo e imparable, explota en la terraza del Café Pavón, antesala de los puestos de venta ambulante.

El mercado del Rastro extiende su presencia sobrepasando los límites de las vías con puestos, erigiéndose como espacio de encuentro y de paseo de grupos, parejas y curiosos, lo cual no pasa los festivos ni los días entre semana. En cambio, durante el domingo por la mañana, se convierte en el punto de socialización por excelencia del centro histórico de Madrid, desplazando el concurrido eje de la plaza de Lavapiés y de la calle de Argumosa, y aglutinando lo urbano, lo social y lo comercial en un solo espacio.

## 2.7. El espacio sonoro: ¿cómo suena el Rastro?

Pasear por las calles angostas, llenas de puestos de vendedoras ambulantes y de gente que camina, mira y conversa, es formar parte de un paisaje sónico que brota de la relación humana con el entorno urbano.

Los domingos, la zona es un ir y venir de personas que, como instrumentos solistas y acompañantes, conforman una pieza musical, “porque el sonido que genera el Rastro no es ruido. El Rastro, cada domingo, produce una especie de voz común que aúna la de miles de personas” (Zuazua, 2020). El cuchicheo del gentío y el alzamiento de voces para atraer miradas hacia los propios productos forman parte de su base musical. Asimismo, la intensidad del sonido va aumentando en dos direcciones: en primer lugar, conforme uno se acerca a las calles y plazas del área de influencia como, por ejemplo, en la calle de Embajadores, donde el volumen del runrún va ascendiendo por la muchedumbre que va a pasear por la zona y la mayor afluencia en los bares; en segundo lugar, se produce un *crescendo* con el paso de la mañana, desde el *piano* matutino y metálico de las vendedoras montando los hierros de los puestos, pasando por el *mezzopiano* de los visitantes más inquietos que a partir de las nueve de la mañana andan buscando las gangas y los cachivaches más singulares, hasta el *fortissimo* a partir del mediodía, cuando las aglomeraciones de gente son más abundantes en las calles principales. Durante este período temporal dominical, los ruidos de los coches desaparecen del espacio y el sonido ciudadano es el protagonista del latir del territorio.

A esta voz colectiva, fruto del encuentro humano, se le suman otras músicas que acaban de definir el sonido del Rastro. En ese sentido, algunos puestos de la plaza de Cascorro y de la calle de la Ribera de Curtidores donde se venden CDs y películas de segunda mano, usan la música grabada emitida a través de un pequeño altavoz como foco de atención para atraer a los visitantes: éxitos de Paco de Lucía y de Amaral son algunas de las obras y canciones más escuchadas.

Por otro lado, la música en directo también forma parte del ecosistema del Rastro, si bien no constituye un núcleo central del mismo. Músicos como Jingle Django, La Orquesta Informal y Barba Dixie Band son algunas de las formaciones que más a menudo ponen ritmo y melodía a este escenario costumbrista del Madrid de los domingos (Colmenero, 2019). Hay otros que, desde la informalidad, también frecuentan el mercado como, por ejemplo, una mujer vieja con pañuelo en la cabeza que con una manivela hace sonar una gran caja de música y que se sitúa en la parte final de Ribera de Curtidores, y el grupo de percusión-vocal africano que, concentrándose delante de las Galerías Piquer, a las 12:30 empieza a recorrer dicha calle hasta llegar a la plaza de Tirso de Molina sobre las 14:30. Cabe mencionar, en



ese sentido, que dichos músicos se sitúan en las principales arterias del mercado, reforzándolas en su papel de eje central y de canalización del flujo de gente.

**Figura 21: Mujer tocando una caja de música**



Fuente: Elaboración propia

Este dibujo musical conforma un espacio sonoro que se imbrica de forma inexorable en la propia multidimensionalidad del mercado. La multiculturalidad, las mezclas sónicas bizarras, el repiqueteo de las ruedas de las maletas de las turistas contra el suelo del área de influencia, el murmullo ininteligible de la gente, son muestras de la idiosincrasia inefable del Rastro, que no pueden describirse nítidamente como compartimentos estancos sino que, en su conjunto, forman un todo musical singular característico del objeto de estudio.

## 2.8. A modo de conclusión

Tras el recorrido a pie de calle con una mirada analítica a la altura de los ojos, se percibe una visión del Rastro como un espacio multidimensional en el que, si bien el mercado de venta ambulante ocupa un lugar central, no es suficiente para comprender las dinámicas espaciales que allí se desarrollan. Estas se ven influidas por dos factores principales: la ubicación de las líneas de cercanías y de metro, que son origen de muchos de los flujos de gente que va al mercado ambulante, por lo cual vertebran el acceso al mismo, entre otros, a través de la calle de Embajadores, la Ronda de Toledo, la calle del Duque de Alba y la plaza Tirso de Molina, donde se ubican numerosas paradas de signo político de izquierdas independientes del mercado ambulante; y, por otro lado, la percepción de que 'ir al Rastro' no significa sólo pasear



y comprar en los puestos ambulantes, sino que lleva intrínseco el hecho de entrar a los comercios fijos, tomar una tapa y una caña a media mañana y disfrutar de una posible experiencia gastronómica madrileña a base de caracoles, cocido o callos. Así pues, se produce una interrelación positiva entre ambos tipos de comercio a raíz del gran número de personas que acuden cada domingo por la mañana a la zona.

Asimismo, la descripción e interpretación etnográfica muestra una clara diferencia de zonas en el mercado ambulante que, aunque expresa distinciones en cuanto a sus características intrínsecas, no supone una jerarquía fuerte que rompa el análisis del mercado del Rastro como una red distribuida horizontal.

Por un lado, se halla el eje medular y principal, formado por la plaza de Cascorro y la calle de la Ribera de Curtidores, donde se ubican puestos de artesanías, ropa de segunda mano, láminas y mucha variedad de productos singulares, así como también músicos. Se trata de una zona donde las cafeterías y los bares están reformados, más enfocados hacia una clientela de nivel adquisitivo medio-alto y turistas, y donde pasean los visitantes en grupos, en pareja o en familia; es el espacio más cuidado, más cosmopolita y donde la espontaneidad y la creatividad son los valores distintivos.

Por otro lado, se ubica la zona de las calles de Mira el Río Alta y Baja y la plaza del Campillo del Mundo Nuevo, donde se hallan los puestos de cachivaches, revistas y cómics viejos, las tiendas de antigüedades, las almonedas y las librerías de segunda mano. En esta zona el regateo y el trueque es permitido, y se observan un mayor número de visitantes que van al Rastro solos, mayoritariamente de origen madrileño, hombres y gente mayor. Se trata de un espacio urbanísticamente más degradado, menos cuidado, más tradicional y que se fundamenta bajo el valor de la memoria.

En medio de estos dos grandes espacios, se sitúa la plaza del General Vara del Rey, que opera como un umbral, una zona de transición y de mezcla de características de los dos anteriores, tanto en el tipo de comercios fijos, de público como de mercancías.

Con todo, la mirada etnográfica y crítica sobre el Rastro da cuenta de que es a la vez espacio físico y espacio social, esto es, aquello que envuelve el mercado -tapeos de media mañana, compra en las tiendas físicas del barrio, relaciones sociales que emergen en el espacio, identidades espaciales- y aquello que propiamente lo configura como actividad económica y práctica urbana -venta de productos, ya sean nuevos o viejos, regateo, acuerdos orales entre vendedora y compradora-, la consecuencia de los cuales es la emergencia de un espacio sonoro singular.

### 3. Dimensión sociopolítica del Rastro: agentes, encuentro, significantes y poder

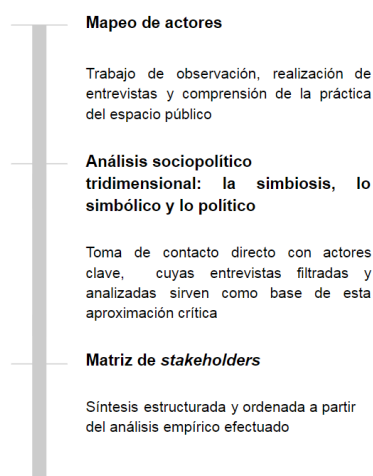
Pensar el Rastro es relacionar el espacio público que ocupa con los actores que allí confluyen, verdaderos protagonistas de esta práctica urbana; es conocer los puntos de vista de los distintos agentes implicados, la construcción de sus argumentos, sus ideas y sus necesidades; es reconocer los distintos intereses, entender las bases de esas voluntades y vincularlas con sus propuestas; en definitiva, es comprender la importancia de la dimensión sociopolítica que sustenta esta actividad urbana.

El significado y las legitimidades que envuelven el mercado ambulante se ven cruzadas por la posición ocupada y las vivencias personales y/o profesionales de cada uno de los agentes implicados. Así pues, en primer lugar, se presenta un mapeo de actores, un producto de la investigación pero, sobre todo, una herramienta para la misma; es un instrumento para encuadrar y, posteriormente, transitar hacia la toma de contacto directo con los agentes que se consideran clave para dibujar la complejidad sociopolítica del Rastro.

El diferente posicionamiento de cada uno de los actores, que también son diversos internamente, nutre el análisis desarrollado a partir de tres dimensiones de los centros históricos definidas por Fernando Carrión (2004) que convergen en el Rastro: la simbiosis, lo simbólico y lo político. Esta propuesta tridimensional, cuyo contenido se basa en la observación y, sobre todo, en la información extraída y analizada de las entrevistas referidas en la *Tabla 3*, es un artificio teórico que ya se presentó en la **PARTE II**; por lo tanto, cabe subrayar que esta es una proposición acuñada dentro de este Trabajo de Final de Máster y, por ende, su aplicación en este análisis empírico trata de testar su validez como esquema de interpretación. En ese escenario, la perspectiva relacional se erige como la herramienta fundamental para la aproximación crítico-analítica: los vínculos de los actores y sus explicaciones destapan distintas comprensiones sobre el Rastro, disputas que dialogan con otros temas candentes como el uso del espacio público, su ocupación y la tensión alrededor de los significantes.

En base a toda la información y el análisis empírico realizado, se configura la matriz de *stakeholders*, instrumento que sintetiza los aprendizajes adquiridos, un elemento de llegada en el cual se ordena la complejidad mostrada en la dimensión sociopolítica.

**Figura 22: Secuencia analítica de la dimensión sociopolítica del Rastro de Madrid**



Fuente: Elaboración propia

### 3.1. Mapeo de actores

El mercado del Rastro está sustentado por una red compleja de actores que confluyen en este espacio público y le dotan de sentido. Así pues, los comerciantes fijos que sacan sus mercancías a las aceras y las vendedoras ambulantes no tendrían sentido sin los visitantes que acuden cada domingo a la zona, mientras que la regulación del Ayuntamiento de Madrid sobre la actividad es necesaria para saber cómo se debe desarrollar y cuáles son los derechos y obligaciones de cada uno de los agentes implicados, incluidos el vecindario y los artistas. Además de la relación directa que cada uno de esos actores tiene sobre el mercado, cabe apuntar la existencia de otros agentes que tienen intereses indirectos sobre la zona y que juegan un papel fundamental en la proyección externa de esta práctica como, por ejemplo, los medios de comunicación y los inversores inmobiliarios. Con todo, se observa la estructuración de una trama actoral profundamente urdida e interconectada enmarcada en un espacio urbano singular que le acompaña y con el cual converge.

Para profundizar en el conocimiento de este entramado social, es necesario conocer más detalladamente quién lo configura y qué tipo de vínculo tiene con el Rastro. Este hecho es esencial para comprender las relaciones que se establecen entre los agentes, analizar el tipo de percepciones que tienen estos sobre el mercado y estudiar las disputas políticas que subyacen en la trama.



- **Vendedoras ambulantes**

Las vendedoras ambulantes constituyen el alma de lo que es propiamente el mercado, los agentes que propician la semilla para la transformación del espacio público los domingos por la mañana. Este colectivo no es homogéneo, sino que, según Mayka Torralbo, “es muy plural, hay de todas las ideologías, de todas las edades, de todas las culturas”. Asimismo, su vinculación con el mercado es también variada, porque, en palabras de otro de los agentes entrevistados

Hay gente que está jubilada, hay gente que tiene unos trabajos muy precarios que no les da para vivir y se ayudan con la venta del Rastro. Luego hay gente como yo, profesionales, que viven de ello al 100% y, entonces, claro, los intereses chocan. Mi interés no es el mismo que uno que está trabajando y bueno, pues se está ganando medio sueldo, ya tiene medio sueldo, con lo cual hay diferentes intereses, claro. (...) El Rastro es un poco social, una labor social (Florentino García, vendedor ambulante del Rastro).

Estos actores se vehiculan a través de tres asociaciones, que aglutinan a cerca del 90% de las vendedoras: Asociación Agartsana, ASIVERAS y Asociación Cultural El Rastro Punto Es. Esta última, nacida en el año 2000<sup>13</sup>, es la que congrega más cantidad de asociados, alrededor del 70%, y la que tiene una mayor exposición pública. Su portavoz, Mayka Torralbo, que ha sido entrevistada para esta investigación, conoce todos los pormenores del mercado, el marco legal que le acoge y la importancia de las estructuras de poder mediáticas para la comunicación externa de sus reivindicaciones.

- **Comerciantes fijos**

Los comerciantes fijos conforman otro colectivo importante para el Rastro. El entramado de la zona está constituido por unas 500 tiendas -entre otros, bares, cafeterías, tiendas de antigüedades, almonedas y librerías de segunda mano-, muchas de las cuales con graves dificultades económicas por las transformaciones en el estilo de vida de las clases medias y la juventud, la crisis económico-sanitaria y las restricciones a los vehículos motorizados de la nueva Zona de Bajas Emisiones Madrid 360. Manolo González, presidente de la Asociación de Comerciantes Nuevo Rastro Madrid<sup>14</sup>, ha sido entrevistado para esta investigación y expresa que “ahora mismo hay

---

<sup>13</sup> El origen de la Asociación Cultural El Rastro Punto Es fue la aprobación de la Ordenanza Reguladora de la Venta en el Rastro de Madrid, con la cual muchas vendedoras ambulantes no estaban de acuerdo y que fue negociada con el Ayuntamiento por Mario Ágreda, presidente de la Asociación Intercultural de El Rastro, en aquella época muy activa.

<sup>14</sup> La Asociación de Comerciantes Nuevo Rastro Madrid nació en 2010 con el objetivo principal de revitalizar y promocionar la actividad de las tiendas del área, así como también desarrollar proyectos e iniciativas culturales y artísticas que tiendan a hacer progresar y consolidar la zona.

una crisis que afectaría directamente entre un 15-20% de los establecimientos tradicionales, que están cerrados, se alquilan, se traspasan o se venden”. Esta asociación, que aglutina a unos 50 comercios fijos, es la que tiene la proyección exterior con los medios de comunicación y la que mantiene relaciones con las instituciones, junto a la Asociación de Comerciantes Fijos de El Rastro.

- **Vecindario**

El mercado del Rastro, al ubicarse en un espacio público del centro histórico de Madrid, también afecta al vecindario que vive allí, conformado por unas 16.000 personas. Este colectivo expresa sus reivindicaciones a través de la Asociación de Vecinos La Corrala La Latina-Rastro-Lavapiés y la Asociación de Vecinos “El Rastro de Madrid”<sup>15</sup>, que es la que tiene una mayor exposición pública e institucional en los temas que afecta a la zona. Su portavoz, Jesús González, ha sido entrevistado para el desarrollo de este estudio y traza la diversidad de opiniones sobre esta práctica urbana:

La visión general sobre la existencia del mercado del Rastro es un poco contrapuesta: hay personas que les gusta y también hay vecinos a quienes no les gusta (...). Hay gente, por ejemplo, que lleva ocho años sin salir un domingo de casa por no encontrarse con todas las personas que hay en la calle (...), es un poco trajín, un poco un bullicio (...). La visión de otros es que es algo histórico (...) y que por la historia que tiene hay que intentar mantenerlo y cuidarlo, y que desde luego le da carácter al barrio y le da un cierto punto pintoresco que está muy bien (Jesús González, portavoz de la Asociación de Vecinos “El Rastro de Madrid”).

- **Ayuntamiento de Madrid**

El Ayuntamiento de Madrid es un actor fundamental, dado que es quien confecciona la normativa reguladora del mismo. En su interior, existen dos niveles diferenciados: por un lado, uno conformado por la esfera del gobierno y la decisión política y, por el otro, el constituido por el dispositivo técnico-administrativo. Estas dos esferas, que están interconectadas en el seno de la institución, pueden tener lógicas diferentes; a veces, las injerencias de la acción pública en la dinámica del Rastro responden a requerimientos reguladores-normativos consensuados y, en otras ocasiones, son una contestación a cuestiones más ideológicas y de preferencias políticas.

El órgano del Ayuntamiento de Madrid más importante en relación al Rastro es la Junta Municipal del distrito de Centro (desde 1991, en manos del PP, excepto en la

---

<sup>15</sup> La Asociación de Vecinos “El Rastro de Madrid” surge en 2017 con el objetivo de combatir los problemas de seguridad, mejorar la limpieza en las calles, frenar el consumo y el tráfico de drogas en la zona y fomentar un mayor civismo.



etapa de la alcaldesa Manuela Carmena 2015-2019), dado que es quien lleva la gestión del mismo, si bien hay otras Concejalías cuyas competencias cruzan el ser del Rastro dada la multidimensionalidad de su realidad: Cultura, Turismo y Deporte, puesto que es patrimonio cultural del Pueblo de Madrid; Medio Ambiente y Movilidad, ya que se ubica en la Zona de Bajas Emisiones (ZBE) Madrid 360; Obras y Equipamientos, a través de la reparación de calzadas y vías; y Economía, Innovación y Empleo, que se ocupa del comercio. Finalmente, a esa red se le añade la participación de los partidos políticos de la oposición, que también formulan iniciativas y propuestas para esta práctica urbana.

- **Visitantes**

Este actor conforma la razón de ser del mercado, esto es, la atracción de público hacia esa parte del centro histórico de Madrid cada domingo por la mañana. Allí se mezcla gente muy diversa, de orígenes muy diferentes y con intereses heterogéneos. Así, como explica Alejandra Seijas, “a primera hora de la mañana ves un tipo de ambiente, de gente de mayor, que les gusta mucho y viene al Rastro de toda la vida, gente que viene y que miran todo, cada detalle, viendo la ganga que se pueden encontrar y hay mucho movimiento”, mientras que a las horas de más congregación de personas, esto es, a partir de las 12:00, el carácter del Rastro cambia y se convierte en más familiar, en un lugar para dar un paseo con amigas y con la pareja. En ese sentido, se perfilan dos tipos de visitantes: por un lado, aquellos que acuden específicamente a comprar y, por el otro, un sector muy amplio para los cuales la adquisición de productos es un elemento más secundario que está integrado en la vivencia de una experiencia singular. Asimismo, el tipo de visitante del Rastro también ha evolucionado, tal y como explica Florentino García: “Ahora el público, en general, tiene mayor adquisición que aquellos años. Ahora hay público con un buen nivel adquisitivo, ese tipo de público antes no iba nunca. Ahora es como más abierto”.

- **Artistas**

En el mercado del Rastro las vendedoras ambulantes conviven con diferentes artistas -músicos, bailarinas, poetas y pintoras- que refuerzan el carácter cultural del mercado. Estos son personas que aprovechan el trasiego de gente buscando oportunidades para visibilizarse y obtener ingresos. Si bien el hábito y la ritualidad del Rastro hacen que la acción de estos agentes también se integre con la del mercado -adquiriendo así una estructura de conjunto polifacética y compleja-, no conforman un colectivo movilizado con relaciones estrechas, sino que realizan sus manifestaciones artísticas

individualmente sin tejer sinergias con los otros actores; por lo tanto, no cuentan con voz en las negociaciones multilaterales.

- **Agentes influyentes**

Existe otro conjunto de actores que, sin estar físicamente en el Rastro, influyen en su dinámica, su evolución y sus tensiones. Es un grupo heterogéneo que, entre otros, está conformado por: los medios de comunicación, encargados de la proyección mediática del mercado; la Plataforma de Comerciantes Ambulantes de la C.A.M., entidad que vela por el conjunto de mercados ambulantes de la región y a partir de la cual surgió la Asociación Cultural El Rastro Punto Es; la Federación de Comerciantes Ambulantes de la Comunidad de Madrid (FECOAM) y la Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos (UPTA), que han participado en las negociaciones de las diferentes normativas que han afectado al Rastro; y, finalmente, los inversores inmobiliarios y los dueños de los pisos turísticos de la zona, cuyos intereses tácitos sobrevuelan en varias entrevistas.

### 3.2. Análisis sociopolítico tridimensional

#### 3.2.1. La simbiosis como espacio de encuentro

El encuentro entre diferentes es una de las esencias del Rastro. La posición social de cada uno de los agentes que convergen en el mercado y su diversidad interna hace que este desprenda un aura particular y que las personas que lo visitan, como Alejandra Seijas, afirmen: “[Lo que más me gusta del mercado] Es la gente, o sea, el ambiente”. Ese singularismo es un reclamo para el público, que observa la presencia de una familiaridad y espontaneidad única en el centro histórico de Madrid que le dota de una relevante función de integración social.

La simbiosis que define esta práctica urbana es múltiple y diversa; no se trata de relaciones únicamente bilaterales, sino en forma de red que abrazan e interconectan los distintos agentes, ya sea con vínculos tensionados o bien de cordialidad.

Las vendedoras ambulantes se sitúan en el centro de la red nodal, dado que son el punto distintivo de los domingos por la mañana y festivos que propician la transformación del espacio público. En este sentido, la vehiculación de sus intereses a través de las asociaciones favorece la creación de un interés mayoritario compartido y, por lo tanto, la emergencia de un vínculo colectivo. Ese conocimiento del otro, que

admite grados diversos, se intensifica con aquellos titulares que tienen puestos más cercanos: las relaciones personales se cimentan mediante la charla de cada domingo al montar y desmontar los hierros, preguntar por la familia y hablar sobre el mercado. Esos vínculos, que actualmente ayudan a tejer complicidades informales, antes de la regulación de Tierno Galván eran fundamentales, dado que los puestos no estaban asignados y los ambulantes tenían que guardarlos la noche anterior. Puesto que se respetaba una regla tácita de tradición ubicacional, la ruptura de esa norma consuetudinaria suponía la presión de la red informal del afectado para aquel que se la hubiera saltado, invitándole a buscar otro lugar. Así pues, la ayuda mutua es un elemento central para los ambulantes, que han defendido la ubicación histórica y tradicional del Rastro mediante las movilizaciones colectivas, cuyo ingrediente principal es la confianza en el otro.

Asimismo, las relaciones cercanas también se hilan con la clientela habitual, que espera encontrar el puesto en su ubicación tradicional. Un ejemplo de ello es la negociación escuchada en un puesto de la calle de Mira el Río Baja por la venta de un reloj y un farol: “¡Don Francisco!”, gritó el titular del puesto en medio de la vía cuando este ya se había ido al no alcanzar un acuerdo, “550€ por el farol y el reloj”. Al final, Francisco cogió el reloj y contestó “Te doy el dinero el próximo domingo”. El llamar al cliente por el nombre y la confianza de fiar dibujan una relación duradera en el tiempo, en la cual cada actor conoce la forma de pensar y actuar del otro.

En este contexto, cabe apuntar que la práctica del Rastro es colectiva; así pues, los visitantes acuden al mercado mayoritariamente acompañados. A primera hora de la mañana, aunque se observa alguna persona sola, abundan los grupos de amigos -perfil de hombre, madrileño, apasionado del Rastro- que recorren los distintos puestos de antigüedades y cachivaches en la búsqueda de algo único y singular, tal y como muestra una conversación escuchada entre dos amigos mayores mirando un puesto de antigüedades en la plaza del Campillo del Mundo Nuevo: “¿Qué pasa, figura, hay alguna cosa interesante por aquí? - *No, bueno, alguna cosita sí que hay*”. Tras el recorrido por las calles donde se concentran este tipo de mercancía, estos grupos van a desayunar juntos. El segundo perfil de personas acude a partir de aproximadamente las 12:00 y es quien hace un uso más intensivo de las gradas de la calle de la Ribera de Curtidores; es un público más familiar, de grupos de jóvenes de amigos y parejas que perciben el mercado como una actividad de ocio, como demuestra una afirmación escuchada en la plaza de Cascorro: “No estamos viendo puestos, solo andando”. En ese sentido, el Rastro, como afirma Florentino García, “va, también, con todo el tema

de bares, que se dan una vueltita por el Rastro, se toman su caña, quedan con los amigos”, idea que corrobora Daniel Pérez, quien expresa que

Al final, la gente que va al Rastro, no solamente va a los puestos ambulantes y fijos, eso sirve para que luego la gente ese domingo salga, vaya al Rastro, y luego puede ir a comer fuera, puede hacer un día al aire libre, puede, en fin, ir a museos (...), es decir, forma parte de un recorrido cultural (Daniel Pérez, asesor del Concejal Presidente del distrito Centro José Fernández).

Los comerciantes fijos, en este sentido, también protagonizan un papel relevante, dado que la normativa les permite sacar la mercancía a las aceras los días de mercado. Así pues, estos también se ven beneficiados del mayor flujo de gente en las calles de la zona y de la simbiosis entre agentes que allí se produce

Un mercado con una expansión a nivel festivo e internacional pues hace que, lógicamente, fluya mucho más público y que sea, evidentemente, el epílogo de lo que es la semana del barrio. Entonces, es positivo. No tenemos ningún problema con la misión del mercado, bajo ningún concepto. A parte, que nuestras tiendas ocupan espacio público, también (...). Positivo, todo (Manolo González, presidente de la Asociación de Comerciantes Nuevo Rastro Madrid).

Esa mayor afluencia de público a la zona se convierte, a veces, en un inconveniente para el vecindario que, si bien reconoce al Rastro como una herramienta para poner en valor la zona, también apunta dos molestias principales: en primer lugar, los problemas ocasionados en la movilidad, ya sea a pie o en vehículos privados, puesto que la peatonalización de la zona los domingos y festivos provoca la necesidad de una planificación previa de dónde y cómo ir; y, en segundo lugar, se aduce una problemática tanto de higiene como de limpieza:

Hemos pedido [al Ayuntamiento] que se señalice, que se controle quién vende y quién no vende. Hemos visto que hay gente que se dedica ahí a vender y te vende cualquier cosa. Hemos visto a muchas personas que venden ropa vieja que va con chinches [...], oye, que hay una cierta higiene y una cierta limpieza (Jesús González, portavoz de la Asociación de Vecinos “El Rastro de Madrid”).

Los vecinos pagamos un impuesto de basuras, los comerciantes pagan un impuesto de basura, pero los comerciantes ambulantes que vienen ahí no pagan ningún tipo de basuras y sí que requiere mucho personal. Cuando son las 16.00, que pasan las personas de limpieza, te puedes encontrar 30 personas limpiando las calles, recogen toneladas de perchas, de cajas, de bolsas, de todo. Entonces, al final es, oye, un poquito de recoger las cosas sí tenéis que tenerlo en cuenta (Jesús González, Portavoz de la Asociación de Vecinos “El Rastro de Madrid”).

Este colectivo trabaja sinergias con los comerciantes fijos, ya que ambos conviven durante todo el año en la zona, tal y como expresa Jesús González:

Los comerciantes fijos muchos de ellos son vecinos, también. Generalmente son comerciantes que tienen un comercio en la planta de abajo y viven en la parte de arriba

(...), gente de toda la vida. La relación con los comerciantes fijos siempre ha sido muy buena (Jesús González, Portavoz de la Asociación de Vecinos "El Rastro de Madrid").

Este hecho conlleva que haya un intercambio de información, intereses y proyectos que se refleja en la defensa de proposiciones parecidas ante las autoridades municipales y peticiones conjuntas a la Policía Municipal, que vela por la seguridad del mercado cada día que se celebra.

Con todo, es necesario señalar que hay otros actores que también influyen en la dinámica del Rastro y que establecen relaciones sociales pero sin estar físicamente allí; en otras palabras, las dinámicas que suceden en el espacio público urbano están también mediadas por agentes que no están presentes en el lugar. Así pues, cabe mencionar los vínculos que se establecen entre el aparato administrativo-político y los medios de comunicación. En el primer caso, el Ayuntamiento de Madrid y, específicamente, la Junta Municipal del distrito Centro, es el actor que regula y normativiza el mercado. Si bien este órgano tiene una relación cordial con todos los agentes, esta es más fluida con las asociaciones de vecinos y las asociaciones de comerciantes fijos, mientras que con las asociaciones de vendedores ambulantes es más distante:

Con el presidente de los comerciantes fijos hay una relación muy buena y muy cordial (...), muy próspera, donde nosotros le hemos ayudado mucho en todo, hemos hecho además "Los Sábados del Rastro" (...), que es una especie de mercadillo de antigüedades que se hace en Vara del Rey (Daniel Pérez, asesor del Concejal Presidente del distrito Centro José Fernández).

Con Carmen Torralbo, ella, quizá, como sus ideas son un poco más afines a otros partidos, a partidos más de izquierda, la relación con ella es, digamos, no tan fácil como la de Manuel, pero sí que es muy dinámica (...). Tenemos una relación de cordialidad, pero digamos que ella, para entendernos mejor, ella es un poco más cañera (...), pero bueno, lo hace por el bien de los comercios ambulantes (Daniel Pérez, asesor del Concejal Presidente del distrito Centro José Fernández).

En el segundo caso, los medios de comunicación son actores fundamentales en la actual sociedad de la información, en la comunicación externa de las reivindicaciones y la creación de una opinión pública favorable a los propios intereses, un instrumento que la Asociación Cultural El Rastro Punto Es usa para que su voz sea escuchada, tal y como explica Mayka Torralbo en el contexto del conflicto del cierre del mercado tras el confinamiento: "Seguimos presionando en los medios de comunicación y en las manifestaciones".

En resumen, el Rastro se erige en un espacio de encuentro, tanto de actores presentes físicamente como de aquellos que influyen en su devenir desde la distancia,

cada uno desde la defensa de sus intereses, posicionamientos, cosmovisiones y voluntades. Esta rica simbiosis es posible porque, como recuerda Mayka Torralbo, es el mercado “más representativo, es el sitio donde va más gente” y, por lo tanto, es un punto de convergencia entre conocidos y desconocidos de las mañanas dominicales de Madrid.

### 3.2.2. Lo simbólico como construcción de significados y legitimidades

El Rastro de Madrid es, además de una práctica urbana, un significante en disputa cuyo significado es construido de distinto modo según el agente que le dota de sentido y legitimidad. En este punto, emerge una dualidad que es básica para comprender las propuestas de los distintos actores, los conceptos y características sobre los que se apoyan y las distintas modalidades de actuación desde la política urbana.

Por un lado, el significante *Rastro* es sinónimo del mercado de los domingos y festivos, tal y como expone Alejandra Seijas: “Para mí, [el Rastro] no es todos los días, para mí, a día de hoy, el Rastro son los domingos”; se asocia a interculturalidad, color, variedad, mezcla, libertad, buen ambiente y cultura; “es una cosa viva, dijéramos como si fuera el alma de Madrid”, afirma Florentino García, reforzando su valor para el conjunto de la ciudad. A estas ideas se le añade la importancia de la memoria, un elemento que hace viajar a los visitantes a su yo pasado, como expresa Jesús González: “El Rastro para mí es el animado día de los domingos cuando se es pequeño (...), un recuerdo de cuando era niño”. Esta significación personal es también mediada por los objetos que allí se hallan, como refleja una afirmación oída de la boca de una chica joven mirando un puesto en la plaza del General Vara de Rey: “A mí estas muñecas me recuerdan a las que tenía mi abuela”. Esa mirada hacia el pasado a través de las mercancías y la presencia de un recuerdo inimaginado asociado a un cachivache también ayudan a tejer un significante simbólico basado en las vivencias y las evocaciones personales.

Por otro lado, el significante *Rastro* se asocia al barrio, a la vida cotidiana que allí se desarrolla, al conjunto de tiendas fijas y al vecindario. En ese sentido, Daniel Pérez afirma que “el Rastro no es solamente el domingo” y enfatiza el rol desarrollado por los comerciantes hijos:

Parece que la gente cuando decía "me voy al Rastro", era el Rastro de domingo, lógicamente, porque la gente hace referencia a un Rastro como si fuera un rastrillo; al final, eso lo identificas con un comercio ambulante, pero el Rastro lo componen tanto



comercios fijos como puestos ambulantes (Daniel Pérez, asesor del Concejal Presidente del distrito Centro José Fernández).

Asimismo, estos agentes reivindican su papel y su importancia en la dinamización de la vida social de la zona, al mismo tiempo que se muestran disconformes con el primer significativo analizado como única posibilidad:

Nosotros tratamos de (...) retirarnos un poco de lo que es el mercado del domingo como el corazón esencial del barrio. El barrio es un entramado, nosotros estamos unidos con los vecinos 365 días, es un entramado vecinal y de tiendas que convivimos los 365 días del año en el barrio, con todos los problemas que tienen los demás barrios de Madrid (...) y, a pesar de eso, tenemos también, somos confundidos o barridos por un mercado ambulante del domingo que son unas horas, de las 8 de la mañana a las 16 de la tarde. Entonces, ese mercado, de alguna manera, impone sus normas a lo que es la vida del día a día de un entramado de 500 tiendas y de 16.000 vecinos (Manolo González, presidente de la Asociación de Comerciantes Nuevo Rastro Madrid).

En esta dirección, la Asociación de Vecinos "El Rastro de Madrid" denuncia problemas en la zona de inseguridad, robos, drogas, ocupación, narcoocupación, limpieza y un cierto olvido institucional que hace que el barrio esté degradado.

De forma transversal a ambas perspectivas, subyace la idea de que el Rastro es un símbolo de la ciudad de Madrid que llama a centenares de personas los días de mercado y, a la vez, un icono del imaginario colectivo madrileño y de su cultura:

«El Rastro [para el PP] es el mercadillo más emblemático de la ciudad de Madrid, que atrae cada fin de semana a decenas de miles de personas, y que supone un aliciente para el distrito Centro y para toda la ciudad de Madrid, tanto económica como culturalmente (Daniel Pérez - Asesor del Concejal Presidente del distrito Centro José Fernández).

Esa aproximación simbólica y, a la vez, de reclamo turístico, se funden en la existencia de un acercamiento al sustento del Rastro como una marca, un instrumento útil para promocionar y sintetizar hacia el exterior la riqueza y la complejidad interna. De hecho,

[en 2004] se hizo la Oficina del Rastro y se hizo la marca 'Rastro', que fue un primer paso para tener una marca 'Rastro' que pudiera privatizar la gestión del Rastro, y eso se quedó ahí. La Oficina del Rastro (...) duró dos meses (Mayka Torralbo - Portavoz de la Asociación Cultural El Rastro Punto Es).

En ese momento, se explicó que también se crearía un logotipo asociado a la Oficina como un componente de identificación, lo cual estaría acompañado de una mayor proyección turística del mercado dominical. Aunque ese intento institucional no cuajó, es remarcable la existencia de dicha idea; asimismo, no debe entenderse la tentativa como un hecho pasado, sino que su sustento teórico es aplicado en la actualidad en algunos puestos de la plaza de Cascorro y de la calle de la Ribera de Curtidores,

donde se venden camisetas y bolsas de tela con el nombre de 'El Rastro' como elemento publicitario y de reclamo para las visitantes.

Así pues, la construcción simbólica del Rastro se ramifica entre su comprensión como mercado ambulante y sus características asociadas y, por otro lado, como barrio, con sus problemáticas intrínsecas: la primera de ellas, con un acercamiento valorativo, emocional y antropológico que rebasa la idea económico-comercial; la segunda, con una aproximación de índole más material y urbanística. Con todo, no se trata de perspectivas del objeto de estudio excluyentes, sino que ambas han convivido históricamente, cosa que ha comportado momentos de tensión entre los actores implicados que priman de diferente forma una visión sobre la otra. Asimismo, la potencialidad de este conglomerado socioespacial emblemático de Madrid se refleja en su uso como marca icónica de reclamo, como un medio de promoción y proyección exterior para reforzar económicamente la actividad urbana que allí se desarrolla.

**Figura 23: Puesto de plaza de Cascorro con productos El Rastro**



Fuente: Elaboración propia

En definitiva, la disputa por los dos significantes está en la base de las diferentes concepciones sobre qué es el Rastro, cuestión básica en la cual emergen fuertes discrepancias entre los distintos actores y que, a la vez, sustenta propuestas y políticas urbanas diversas, tal y como se desarrolla en el siguiente apartado.

### **3.2.3. Lo político como lugar de disputa de poder**

Las disposiciones de los diferentes actores, sus intereses y su comprensión sobre el Rastro de Madrid se plasman en distintos posicionamientos que acarrearán la emergencia de disputas de poder sobre el espacio público.

Actualmente, el marco legal de esta práctica urbana es la Ordenanza Reguladora de la Venta en el Rastro de Madrid, aprobada en el año 2000. Esta norma constituye la base de actuación de los distintos agentes que confluyen en el mercado; de todas formas, su corto articulado -consta de 27 artículos, 1 disposición adicional, 1 disposición derogatoria y 1 disposición final- y la propia naturaleza de la actividad urbana propician que la práctica esté dotada de flexibilidad, lo cual permite que se pueda adaptar a los cambios sociales y urbanos; por el contrario, esta característica también es un punto de fricción entre los agentes, puesto que la aplicación de la norma -en algunos aspectos, muy escueta y poco clara- es una fuente de conflicto entre las partes implicadas, que defienden la perspectiva más favorable a sus propios intereses. Con todo, cabe subrayar que

La Junta Municipal es la que tiene el punto más fuerte en el desarrollo del Rastro, porque nosotros damos la licencia para que se puedan ubicar, nosotros les decimos cuál es el sitio en el que se deben colocar, dónde están las calles donde se tienen que poner. Al final, la Junta Municipal, en esto, es la que tiene la mayor competencia para poder desarrollar el mercadillo (Daniel Pérez, asesor del Concejal Presidente del distrito Centro José Fernández).

Así pues, este órgano es quien regula y quien define las normas sobre las que la estructura del Rastro se cimenta y se celebra cada semana. Sin embargo, el actual cumplimiento de la ordenanza es cuestionado por Manolo González, quien expresa que

El mercado lleva diez años, bueno diez, lleva veinte, siendo un auténtico desbarajuste, porque no hay ningún organismo que esté regulando actividades culturales ni artísticas de la ciudad, es decir, hay una dejadez absoluta en la mercancía y en la venta de esa mercancía, sobre todo a través de la venta ambulante. De hecho, los puestos de venta ambulante se están pasando de unos vendedores a otros, y hay muchos puestos que son de ropa usada, de cosas que realmente, que me parecen muy bien, pero que no hay un equilibrio entre un patrimonio cultural y artístico, y no hay una gran diferencia de lo que está siendo el mercado ambulante (...) de lo que son otros mercados

ambulantes de otros municipios o de otros distritos (Manolo González, presidente de la Asociación de Comerciantes Nuevo Rastro Madrid).

En este sentido, se producen dos problemáticas que son compartidas entre vendedoras ambulantes, comerciantes fijos y vecindario. En primer lugar, hay una tendencia a la homogeneización de las mercancías ofertadas por los distintos puestos debido a la fuerte entrada de los productos de origen chino, lo cual hace perder singularidad al mercado ambulante, como expresa Jesús González: “Denunciamos que se está perdiendo un poco el carácter que tenía (...). Antes se vendían productos muy específicos, antigüedades, y ahora está migrando más a productos tipo Cobo Calleja; es una especie de AliExpress físico”. En segundo lugar, existe un problema en el modo en que se conceden las autorizaciones de venta en el Rastro y los criterios que deben usarse, lo cual repercute en la discusión de quién usa y ocupa el espacio público. En ese sentido, la Ordenanza Municipal (Ayuntamiento de Madrid, 2000, p. 4-6) establece lo siguiente:

**Artículo 11 . Autorizaciones.**

Las autorizaciones serán individuales e intransferibles y tendrán una duración de un año natural, prorrogable por idénticos periodos, previa solicitud del interesado, salvo modificación de las circunstancias que motivaron la autorización.

**Artículo 17. Criterios de Adjudicación**

Los puestos vacantes en el Rastro, cuando no se den los casos previstos en el artículo 12, se adjudicarán mediante sorteo público, al que podrán acceder las personas interesadas en el plazo que se habilite al efecto y de acuerdo con cuanto previene el Reglamento de Bienes de las Entidades Locales.

Ninguna persona física o jurídica podrá ser titular de más de un puesto de los autorizados.

De todas formas, Florentino García denuncia que “hace años que el Ayuntamiento no da nuevas autorizaciones”, lo cual representa una problemática para el futuro del mercado; a su vez, Daniel Pérez expresa que desde la Junta Municipal del distrito Centro siempre se está “trabajando para que se puedan ubicar el mayor número de puestos posibles siempre y cuando cumplan con la normativa”. El desajuste entre el contenido de ambas afirmaciones pone de manifiesto un terreno conflictivo en el que, además, debe añadirse la discordancia en las medidas cuantificables del Rastro, basadas en módulos y puestos. En este sentido, la ordenanza establece que están permitidos un máximo de 3500 módulos, cada uno de los cuales está formado por 1 m<sup>2</sup>; asimismo, cada puesto puede tener una longitud mínima de 1 metro y máxima de 3 metros; por lo tanto, se puede ocupar un total de 3 módulos y tener 1 puesto. Este hecho propicia la confusión de ambos términos, usados interesadamente con el

fin de reforzar el propio relato en el marco del conflicto surgido a raíz de la reapertura del Rastro tras el cierre de la actividad por la pandemia:

Lo que nos interesaría verdaderamente es que [el Rastro] se enriqueciera a todos los niveles, es decir, que no hubiera 996 puestos, sino que hubiera 3000, como dice la normativa y que fueran una fuente de inspiración, de actividad, de arte, de creación y de recuperación de tradiciones (Manolo González, presidente de la Asociación de Comerciantes Nuevo Rastro Madrid).

El Rastro tenía 3000 puestos. A raíz de la pandemia y de la dejadez de los equipos municipales anteriores, se descubrió que aunque hubiera una ocupación 100% del terreno, realmente puestos dados de alta, y regulados, y con pago con fecha del 2019, solamente había 996 (Manolo González, presidente de la Asociación de Comerciantes Nuevo Rastro Madrid).

Se ha notado cambios de que hay menos tiendas, porque lo que ha pasado es que ha llegado el Ayuntamiento y ha dicho, pues ya que estamos en este plan tonto de exigir todas las cosas, pues yo también voy a exigir que solamente podrán ponerse a vender el que esté al corriente del pago. Entonces, como de las 3000 tiendas que había sólo estaban al corriente 1000, pues sólo hay licencia para 1000, los otros 2000 pues ya veremos (...). A raíz de esa tensión que se generó, pues se empezó a ver que el Ayuntamiento también se puso más estricto (Jesús González, portavoz de la Asociación de Vecinos "El Rastro de Madrid").

Actualmente hay un total de 996 puestos con licencia a fecha de pago de 2019 (en 2020 y 2021 el Ayuntamiento eximió a los vendedores ambulantes de la tasa municipal), cada uno de los cuales ocupa uno o varios módulos; por lo tanto, eso no significa que haya 2000 puestos ni módulos vacíos<sup>16</sup>. Este hecho subraya una tendencia a la construcción de un relato alrededor del mercado ambulante basado en las ideas de informalidad, inseguridad y, en definitiva, de falta de control:

Chocas con toda la burocracia, chocas con un montón de historias, chocas con los vendedores que ya están metidos ahí, que no quieren perder su estatus, ni quieren que se les mueva ni quieren que se modifique nada (...). Eres prácticamente como el enemigo, porque quieres regular un mercado que, a pesar de ser el mercado más regulado de Europa, es el mercado más anárquico de Europa, porque nadie lo regula, aunque esté regulado, nadie lo controla (Manolo González, presidente de la Asociación de Comerciantes Nuevo Rastro Madrid).

En medio de este contexto discursivo emerge la dialéctica entre control-espontaneidad, orden-desorden y norma-informalidad, concepciones que se plasman en distintas voluntades sobre cómo y quién debe usar el espacio público. Asimismo, es importante subrayar la distancia existente entre los discursos de los

---

<sup>16</sup> La Junta Municipal del distrito Centro no facilita información pública sobre el número concreto de módulos vacantes en el Rastro. Si bien se ha solicitado expresamente la recepción de dicha información, durante el desarrollo de esta investigación no se ha tenido acceso a estas cifras específicas.

agentes, la norma y su propia aplicación, tres marcos que están en continua divergencia.

Teniendo en cuenta todas esas variables, es diáfana la reflexión del portavoz de la Asociación de Vecinos “El Rastro de Madrid”, que traza el posicionamiento de los agentes implicados:

La idea nuestra, y a partir de ahí hay visiones muy interesantes, es empezar a dárselas [las autorizaciones] a personas que dinamicen, es decir, ya no sería dárselo a gente que viene a vender cosas raras o que se va a Cobo Calleja (...) y lo vende ahí, sino a lo mejor dárselo a centros de Formación Profesional que tengan cosas de madera, o a escuelas de arte, o a escuelas... o sea, a gente que pueda aportar un cierto valor (...).

- *¿Y eso lo haría el Ayuntamiento, según vuestra propuesta?*

La visión que hay es que son como tres patas: por un lado está el Ayuntamiento, por otro lado los comerciantes y por el otro los vecinos.

- *¿Comerciantes ambulantes o fijos?*

Fijos, fijos. Los ambulantes van por libre. Los ambulantes han cortado la relación con todo el mundo. Ellos sólo se hablan con Podemos y ya no se hablan con nadie más. Ellos tienen unas ideas, pero sus ideas no se están llevando a término (Jesús González - Portavoz de la Asociación de Vecinos “El Rastro de Madrid”).

Este escenario, que corrobora el vendedor ambulante Florentino García cuando afirma que “generalmente, las autoridades que ha habido lo han ignorado mucho [el mercado ambulante], es una cosa que está ahí y ya está”, dibuja los distanciamientos entre algunos de los actores que confluyen en el Rastro, lo cual hace difícil el entendimiento entre ellos. Sin embargo, hay un enlace común sobre el cual se erigen nuevos proyectos:

El Rastro es el Rastro porque está en ese sitio desde 1740 (...). El Rastro es donde está: Ribera de Curtidores y adyacentes (Florentino García, vendedor ambulante del Rastro).

La idea es que nadie va a quitar el Rastro (Jesús González, portavoz de la Asociación de Vecinos “El Rastro de Madrid”).

Nosotros no tenemos parte negativa del Rastro. El Rastro es una actividad que ha formado parte de toda la vida de Madrid y, como tal, nosotros queremos que se siga desarrollando (Daniel Pérez, asesor del Concejal Presidente del distrito Centro José Fernández).

La asociación transversal manifestada expresamente entre el mercado de venta ambulante y su ubicación en el centro histórico de Madrid muestra la larga tradición de esta práctica urbana y su legitimidad social. Sin embargo, este hecho no impide que se levanten recelos ante las propuestas de introducción de modificaciones. En ese



sentido, las vendedoras ambulantes, que reivindican su legitimidad histórica de ocupar este espacio público del centro de Madrid, han temido, como se ha mostrado en el recorrido histórico, que los cambios repercutieran en un eventual traslado y en el tipo de gestión del Rastro, tal y como expresa Mayka Torralbo, que afirma que “en 1996 fue la primera pretensión que hubo de liberalizar el sector disfrazado de profesionalización” y que, en el contexto de la pandemia de COVID-19, “el concejal (...) dejó caer que su modelo de apertura y de Rastro debía ser un modelo similar a los mercadillos de los sábados que se estaban haciendo en Vara del Rey, que es un mercado de gestión privada”, apostillando que

Ellos [el PP] tienen una idea de lo que debe ser el orden y de lo que deben ser los mercados. Por ejemplo, es mejor que fueran todos los puestos, para ellos, iguales aunque se carguen la esencia del Rastro, con una gestión privada. Para eso tienes que dismantlar la red social que hay (Mayka Torralbo, portavoz de la Asociación Cultural El Rastro Punto Es).

Por otro lado, desde la Asociación de Vecinos “El Rastro de Madrid” y la Asociación de Comerciantes Nuevo Rastro Madrid, se defiende la necesidad de dotar al mercado de una mayor dimensión cultural y artística, tal y como establece la normativa<sup>17</sup>, lo cual puede repercutir en una mejor proyección exterior del barrio:

Nuestra asociación uno de los contenidos que tiene es reanimar culturalmente también el mercado, dado que (...) es un mercado cultural y patrimonial de la ciudad de Madrid (Manolo González, presidente de la Asociación de Comerciantes Nuevo Rastro Madrid).

Sí le pido a la Administración y a los grupos políticos es que los 1000 o los 1500 [puestos] que están libres y que se creen o se adjudiquen, sean a nuevos diseñadores, creativos, a gente joven, al que hace moda, al que hace arte, al que hace diseño, al que hace artesanía, al que hace orfebrería, al que hace diferentes cosas como pasa en otras ciudades europeas (...). Eso es lo que quiero, que esos puestos recuperen lo que dice la propia normativa municipal, es decir, un mercado de valor cultural y patrimonial de la ciudad de Madrid (Manolo González, presidente de la Asociación de Comerciantes Nuevo Rastro Madrid).

Buscamos un poco el desarrollo cultural, sobre todo el no percibir el Rastro como un mercadillo sino como un cierto desarrollo cultural (Jesús González, portavoz de la Asociación de Vecinos “El Rastro de Madrid”).

Entender que el Rastro..., manejarlo como herramienta para poner en valor el barrio (Jesús González, portavoz de la Asociación de Vecinos “El Rastro de Madrid”).

---

<sup>17</sup> La disposición adicional de la Ordenanza Reguladora de la Venta en el Rastro de Madrid (Ayuntamiento de Madrid, 2000, p. 10) establece: “El Ayuntamiento de Madrid potenciará al Rastro de Madrid para actividades artísticas y culturales en sus diferentes manifestaciones, dado que es un patrimonio cultural del Pueblo de Madrid”.

La búsqueda de un mayor dinamismo cultural debe vincularse en la disputa de cómo han de otorgarse las autorizaciones y, en definitiva, con quién ha de ocupar el espacio público urbano los días de mercado.

Con todo, emerge una disyuntiva entre cambio-conservación y flexibilidad-rigidez. Esta situación se sintetiza en el planteamiento de tejer una candidatura para que se declarara el Rastro como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad, tal y como explica Jesús González:

Lo que se planteó alguna vez (...) de que fuera Patrimonio Inmaterial de la UNESCO. (...) Lo que pasa es que choca un poco con la visión de qué es el Rastro. Cuando es Patrimonio de la UNESCO te obliga a ser muy férreo, muy estricto y que no mude mucho, mientras que el Rastro es algo muy vivo, algo cambiante, algo que se va adaptando a los tiempos. Esa rigidez que quiere meter la UNESCO es la que no termina de cuajar (Jesús González, portavoz de la Asociación de Vecinos "El Rastro de Madrid").

En resumen, la dimensión política del Rastro como lugar de disputa de poder debe entenderse como un conflicto sobre quién, cómo y dónde se usa el espacio público. Esta variable, que ha emergido cíclicamente a lo largo de la historia, es foco de continuas tensiones entre los agentes implicados, que en la actualidad conforman dos grupos diferenciados: por un lado, las asociaciones de vendedoras ambulantes, encabezadas por la Asociación Cultural El Rastro Punto Es, que defienden su legitimidad histórica en el uso del espacio público durante los domingos y festivos y, al mismo tiempo, temen la introducción de cambios en la regulación del Rastro que puedan hacer retroceder su posición social en el seno de la práctica urbana y la apertura a su gestión privada; y, por otro lado, la Asociación de Vecinos "El Rastro de Madrid" y la Asociación de Comerciantes Nuevo Rastro Madrid, cuyas proposiciones siguen la línea de enriquecer cultural y artísticamente el mercado, introduciendo criterios de selección en el otorgamiento de autorizaciones para recuperar un carácter pasado que, según su perspectiva, el mercado ha perdido. En medio de estos dos grupos, la Junta Municipal del distrito Centro, competente en la materia, se muestra alineada con los segundos, con los que tiene una relación muy fluida pero, a la vez, se revela pasiva en la toma de decisiones efectivas que propicien cambios profundos en la estructura del Rastro de Madrid, en parte, por la presión ejercida por las vendedoras ambulantes.

### 3.3. Matriz de stakeholders

Tabla 10: Matriz de stakeholders

	<b>ASOCIACIÓN CULTURAL EL RASTRO PUNTO ES</b>	<b>ASOCIACIÓN DE VECINOS “EL RASTRO DE MADRID”</b>	<b>ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES NUEVO RASTRO MADRID</b>	<b>CONCEJAL PRESIDENTE DE LA JUNTA MUNICIPAL DEL DISTRITO CENTRO</b>
<b>DEFINICIÓN DEL RASTRO</b>	Mercado de venta ambulante	Barrio, tiendas física y mercado de venta ambulante	Barrio, tiendas físicas y mercado de venta ambulante	Tiendas físicas, mercado de venta ambulante y vecindario
<b>RELACIÓN CON LOS OTROS AGENTES</b>	Relaciones tensionadas con el resto de agentes	Relación estrecha con la Asociación de Comerciantes Nuevo Rastro Madrid	Relación estrecha con la Asociación de Vecinos “El Rastro de Madrid” y con el Concejal Presidente de la Junta Municipal del distrito Centro	Relaciones cordiales con el resto de agentes, con posturas alejadas con la Asociación Cultural El Rastro Punto Es y concordantes con algunos planteamientos de las asociaciones de tiendas fijas y vecinales
<b>INTERESES</b>	Atraer al máximo de público posible, aumentar las ventas, mantener el Rastro en el espacio que ocupa actualmente, recuperar la concesión de nuevas autorizaciones para que el mercado no muera lentamente	Mostrar que el Rastro es un barrio con problemáticas propias, mejorar la seguridad de la zona, aumentar el nivel de limpieza del mercado de venta ambulante y el control en el tipo de mercancías que se ofrecen	Atraer a más público al Rastro durante la semana, consolidar los Sábados de El Rastro, transformar las tiendas del barrio en negocios sostenibles económicamente atrayendo talento artístico joven, impedir una asociación única entre Rastro y mercado ambulante	Ejercer un mayor control sobre el mercado ambulante -sobre todo, en el pago de las tasas-, tener la mejor relación posible con los actores implicados, dinamizar económicamente la zona del Rastro, asociar el Rastro como una marca de éxito

	<b>ASOCIACIÓN CULTURAL EL RASTRO PUNTO ES</b>	<b>ASOCIACIÓN DE VECINOS “EL RASTRO DE MADRID”</b>	<b>ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES NUEVO RASTRO MADRID</b>	<b>CONCEJAL PRESIDENTE DE LA JUNTA MUNICIPAL DEL DISTRITO CENTRO</b>
<b>ELEMENTOS POSITIVOS DEL RASTRO</b>	Creación y existencia de de redes de amistad, medio de vida para garantizar el sustento económico, dinamización del comercio de la zona, punto de encuentro entre amigas	Aumenta la vida cultural del barrio, proyección exterior de la zona	Flujo mayor de público durante los días de celebración del mercado ambulante	Actividad que genera riqueza económica para Madrid, emblema e icono de la ciudad
<b>ELEMENTOS NEGATIVOS DEL RASTRO</b>	Tendencia a la homogeneización de las mercancías, existencia de carteristas	Homogeneización de las mercancías, problemas de movilidad e impedimento del tráfico rodado durante la celebración del Rastro, ruido, basura generada, falta de control en la práctica urbana, no cumplimiento de la Ordenanza Municipal	Homogeneización de las mercancías, proceso de eclipse por la asociación entre Rastro y mercado ambulante, falta de control en la práctica urbana, no cumplimiento de la Ordenanza Municipal	Dificultades de movilidad y de mantenimiento de seguridad para la celebración del mercado ambulante, existencia de tensiones entre los planteamientos defendidos y las visiones de las vendedoras ambulantes
<b>PROPUESTAS Y PROYECTOS</b>	Mantenimiento del mercado ambulante en la ubicación actual y con las licencias renovables anualmente, mayor proyección y publicidad del Rastro a nivel estatal e internacional	Revalorización artística y cultural del barrio y del mercado de venta ambulante, nuevo sistema de otorgamiento de autorizaciones	Revalorización artística y cultural del barrio y del mercado de venta ambulante, nuevo sistema de otorgamiento de autorizaciones, programa de desarrollo de actividades para que haya vida en el barrio durante la semana	Garantizar el cumplimiento de la Ordenanza Municipal, revitalizar económicamente y culturalmente el barrio a través de apoyo institucional, por ejemplo, a los Sábados de El Rastro

Fuente: Elaboración propia

### 3.4. A modo de conclusión

El Rastro de Madrid es un punto de confluencia entre agentes muy diversos -también internamente- que, estando físicamente presentes en el espacio o bien desde la distancia político-administrativa, mediática y/o económico-empresarial, construyen los significados y legitimidades sobre los cuales se asienta esta práctica urbana. El artificio teórico tridimensional empleado para analizar empíricamente el Rastro, basado en la simbiosis, lo simbólico y lo político, se revela como un instrumento útil para comprender la riqueza y complejidad del objeto de estudio.

En primer lugar, el Rastro se constituye como un lugar simbiótico en el que se encuentran conocidos y desconocidos con intereses distintos, un espacio donde se construyen lazos de familiaridad y espontaneidad que le dotan de singularidad.

En segunda instancia, se produce una disputa simbólica sobre el significante *Rastro*: por un lado, relacionado con el mercado ambulante, traspasando la aproximación económico-comercial para comprenderlo como una experiencia a vivir y practicar; y, por otro lado, asociado al barrio, con unas problemáticas específicas que requieren de una solución desde las instituciones, defendido por la Asociación de Comerciantes Nuevo Rastro Madrid, el Concejal Presidente de la Junta Municipal del distrito Centro y la Asociación de Vecinos “El Rastro de Madrid”.

En tercer lugar, lo político sobrevuela todas las relaciones en el Rastro, un lugar de disputa de poder constante entre agentes. El desajuste entre los discursos, la normativa y su aplicación es fuente del distinto posicionamiento de los actores, que configuran dos bloques: por un lado, las asociaciones de vendedoras ambulantes, con reticencias a los cambios que supongan un cuestionamiento a su posición social y la apertura a la gestión privada, suspicacias que se sustentan en la desconfianza hacia el Gobierno Local; y, por el otro, la Asociación de Vecinos “El Rastro de Madrid” y la Asociación Nuevo Rastro Madrid, junto al apoyo tácito del Gobierno Local, defensores de promocionar culturalmente el mercado ambulante, promoviendo la entrada de titulares de puestos que ofrezcan productos singulares. mediante un nuevo sistema de otorgamiento de autorizaciones.

En definitiva, el trasfondo de los relatos expuestos radica en la disputa de poder sociopolítico sobre cuándo se puede disfrutar del espacio público, quién tiene legitimidad de usarlo, qué función debe tener y, sobre todo, qué objetivos y qué intereses ha de satisfacer.

## **EPÍLOGO. UNA NUEVA COMPRENSIÓN DEL RASTRO DE MADRID**

*El Rastro es la memoria de la ciudad viva*

Manolo González, presidente de la Asociación de Comerciantes Nuevo Rastro Madrid







## 1. Ejes de actuación para la mejora del Rastro de Madrid

El análisis empírico realizado sobre el Rastro de Madrid en la **PARTE III** muestra una práctica urbana compleja, donde muchos actores con distintos intereses conforman su propio ser. La riqueza de su configuración conlleva dificultades históricas para manejar su diversidad intrínseca desde la esfera político-institucional. En este sentido, los distintos Gobiernos Locales de Madrid han intentado controlar esta actividad urbana mediante los desarrollos normativizadores municipales. Si bien se ha producido una evolución positiva que ha supuesto un mayor orden en el mercado ambulante, una mejor organización del espacio público para posibilitar la entrada de vehículos de emergencias y un aumento de control sobre quién y qué se vende, las aristas alrededor de la informalidad y el cumplimiento de la normativa siguen vigentes.

El recorrido emprendido hasta aquí ofrece una nueva comprensión del Rastro que sustenta cinco ejes de actuación sobre los que trabajar para su mejora. Por lo tanto, la investigación realizada no debe quedarse en el limbo de la esfera teórica de la academia, sino que ha de tener una aplicación en la praxis, apoyando las propuestas en la aproximación espacial y sociopolítica que se ha acometido.

### **1. Comprensión amplia del valor del Rastro y necesidad de introducir la nueva aproximación en el debate público**

La aproximación al Rastro únicamente desde su vertiente de actividad económica como mercado de venta ambulante ha resultado no ser eficaz para comprender su configuración y funcionamiento. En este sentido, tomar decisiones políticas partiendo de un análisis que no se corresponde con la realidad urbana tiene como consecuencia que las propuestas implementadas carezcan de aceptación entre los agentes implicados y que no se adecuen a los objetivos iniciales planteados.

Por todo ello, la comprensión amplia del valor social y espacial del Rastro presentada en esta investigación debe introducirse en el debate público; además, tiene que ser la base para que futuras tomas de decisiones por parte del Gobierno Local de Madrid sobre esta práctica urbana tiendan a no hacer emerger nuevos conflictos.

### **2. Reconocimiento de legitimidades más allá de la propiedad**

El análisis sociopolítico revela el choque de legitimidades sobre el espacio público que se sustentan en diferentes bases: la historia y la tradición (defendidas por las vendedoras ambulantes) y la propiedad (sostenida por el vecindario y los comerciantes

fijos). Esta última, que es la que tiene un mejor encaje legal, no ha de ser la única que desde el poder público deba tener una especial protección, sino que el Gobierno Local debe amalgamarlas para velar por el correcto funcionamiento del conjunto del Rastro, que es un punto de encuentro de las tres.

### **3. Posicionamiento más firme de la acción política**

A lo largo de la historia, en el ámbito del Rastro, frente al escenario de desajuste entre el funcionamiento de la lógica política y la técnico-administrativa, el Gobierno Local de Madrid ha primado el segundo campo; en este sentido, se han presentado como naturales y objetivas decisiones técnicas que están construidas social y culturalmente. Así pues, cabe pedir una acción política más firme que no delegue estas actuaciones en el ámbito administrativo, que sea capaz de tener un rol más activo ante los conflictos planteados en esta investigación y que presente propuestas que aglutinen las posiciones e intereses de todos los agentes implicados, poniendo de relieve la riqueza y el valor del Rastro de Madrid.

### **4. Mayor transparencia en la gestión del Rastro**

En la sociedad actual, la transparencia de los poderes públicos es un valor exigible. La información publicada por el Ayuntamiento de Madrid sobre el mercado de venta ambulante está dispersa y es insuficiente. Para la correcta diagnosis de sus problemáticas, ha de saberse cuál es la situación actual: cuántos módulos están vacantes, qué tipo de mercancía se vende en cada puesto, dónde se sitúan y cuál es el mecanismo de otorgamiento de autorizaciones. Estos elementos son esenciales para poder hacer una radiografía acurada en base a los datos recopilados.

Con todo ello, en aras de una mayor transparencia, se podría trabajar en la creación de un portal web centralizado, entre otros, con noticias, normativa, datos actualizados, geolocalización del tipo de mercancías y mapas, así como una área privada para cada vendedora ambulante con su información personal en relación al mercado.

### **5. Construcción de espacios de diálogo para la solución de conflictos**

Las relaciones entre algunos de los agentes que constituyen el Rastro de Madrid están deterioradas a raíz del conflicto por la reapertura del mercado tras el confinamiento por COVID-19 de 2020. Para la restitución de la confianza entre los agentes, elemento fundamental para que los proyectos colectivos puedan salir adelante, debe trabajarse en la construcción de nuevos espacios de diálogo que sean capaces de tejer

complicidades que ayuden a superar las fricciones iniciales -tanto personales como de proyectos e ideas-. Se trata, pues, de instituir encuentros -no necesariamente formales-, entre los actores implicados para que las futuras negociaciones antes las problemáticas que surjan no tengan la tensión como elemento principal.

En ese contexto de reconstrucción de confianzas en la red de agentes, debería hablarse sobre dos temas fundamentales: en primer lugar, sobre la articulación de un mecanismo consensuado para que el acceso a los puestos del Rastro fuera equitativo, transparente y accesible para toda la ciudadanía; y, en segundo lugar, sobre la posible reforma de la Ordenanza Reguladora de la Venta en el Rastro de Madrid que, tras 22 años desde su aprobación, debería ser actualizada de acuerdo a las necesidades y problemáticas detectadas por los agentes.

Los cinco ejes de actuación se enmarcan dentro del cruce de intereses y voluntades de los distintos agentes interesados en el Rastro de Madrid, por lo que su aplicación práctica debería encauzarse a través de procesos de negociación y acuerdo. Toda política urbana que se quiera impulsar en este ámbito debería tener en cuenta dos premisas básicas: por un lado, la existencia del bien superior que supone la celebración del Rastro para la sociedad madrileña y, por el otro, la necesidad de llegar a consensos y a soluciones dialogadas ante los desajustes planteados para que la aplicación práctica no sea un problema, sino un éxito.

## 2. Conclusiones

El camino iniciado con el descubrimiento personal del Rastro de Madrid ha conducido al desarrollo de esta investigación, que tiene en el extrañamiento socioantropológico una palanca dinámica para comprender el objeto de estudio desde una nueva perspectiva capaz de abordar su complejidad sociopolítica y espacial.

En el ámbito de las políticas urbanas, no se puede solucionar un conflicto aplicando las mismas medidas que anteriormente no han tenido el efecto deseado. Por ello, este Trabajo de Final de Máster empezó trazando el origen de la problemática: entender cuáles son los elementos clave y los motivos por los que existe una disputa por el uso del espacio público en el Rastro de Madrid. Esta pregunta de investigación ha sido el germen del surgimiento de nuevas cuestiones e inquietudes alrededor del mercado de venta ambulante que han aparecido a lo largo de estos meses. Dado que se trata de

un tema y un objeto de estudio insertado en la ciudad que se abarca cualitativamente, los contornos difusos de la indagación planteada al inicio se han tornado en líneas continuas condicionadas por el tiempo disponible para realizar el trabajo empírico, analizar la información obtenida y, por último, dejar reposar la interpretación de los resultados para impulsar el pensamiento relacional. Por lo tanto, no se trata de una nueva comprensión del Rastro limitante ni cerrada, sino que está abierta a la profundización futura de los marcos conceptuales interpretativos aquí presentados y al mayor detallamiento de las relaciones y vínculos revelados.

Con todo, el recorrido histórico del Rastro de Madrid pone de manifiesto el desajuste entre la lógica técnico-administrativa -fundamentada en la norma, la impersonalidad y la verticalidad- y el carácter espontáneo y vivo del mercado ambulante -sustentado en la vivez, la espontaneidad, la relaciones informales y tendente a la horizontalidad-, dos realidades de difícil confluencia que están en la base de las dificultades que ha tenido históricamente el Gobierno Local de Madrid para gestionar y emprender una política urbana sobre el mercado ambulante que careciera de conflictos con los agentes implicados. Asimismo, esta genealogía pone las bases para enmarcar la integración de dos perspectivas inseparables en el ámbito de la ciudad.

Por un lado, la aproximación urbana revela la diferente configuración espacial del mercado ambulante, con dos grandes zonas con características distintas, encuadradas respectivamente en los valores de la espontaneidad-creatividad -eje de plaza de Cascorro y calle de la Ribera de Curtidores- y de la memoria -calle de Mira el Río Alta, de Mira el Río Baja y plaza del Campillo del Mundo Nuevo-, cuyo espacio de transición con características de ambas es la plaza del General Vara del Rey. Asimismo, se manifiesta que el Rastro -que no es sólo los puestos de vendedoras ambulantes, sino también la relación con los bares, los comercios fijos y el vecindario- conforma un contexto urbano-espacial de más amplitud que aquel que cada domingo y festivos ocupan los puestos de los vendedores ambulantes y en el que, además, las áreas de influencia están determinadas por los accesos en transporte público al centro histórico.

Por otro lado, la perspectiva sociopolítica encuadra las relaciones entre los agentes que conforman el Rastro dentro del espacio analizado. Para ello, se ha usado un constructo teórico-conceptual tridimensional, presentado en la **PARTE II**, que Fernando Carrión (2004) establece para los centros históricos de las ciudades y que en este Trabajo de Final de Máster se ha aplicado con éxito al objeto de estudio: la simbiosis, entendiendo el Rastro como un lugar de interrelación entre personas

conocidas y desconocidas, con grados de informalidad y familiaridad distintos; lo simbólico, con la existencia de una lucha del signifiante *Rastro* entre aquellas que defienden que es un mercado ambulante y otras que sostienen que es principalmente un barrio, conflicto que pone de manifiesto su potencialidad como marca para la comunicación exterior de su riqueza; y, finalmente, lo político, que enmarca las disputas de poder por el uso del espacio público, tema alrededor del cual se configuran dos bloques diversos internamente -por un lado, las asociaciones de vendedores ambulantes y, por el otro, las asociaciones de vecinos, de comerciantes fijos y el Gobierno Local-, cuyas relaciones se sustentan en la desconfianza mutua en el marco de la encrucijada entre permanencia y cambio, tradición y actualización. En última instancia, todo ello conduce a un escenario en el que se cuestiona las legitimidades alrededor del uso y función del espacio público, basadas en intereses y proyectos de cada uno de los actores en torno al Rastro de Madrid; estos no se fundamentan sólo en el análisis económico de la práctica urbana, que a lo largo de la investigación se revela como un factor influyente pero no determinante, sino que su devenir es una confluencia entre significados distintos, sentimientos personales, voluntades culturales y el peso de la tradición.

Con todo, aplicando al Rastro las variables analizadas en la *Tabla 8* de la **PORTE II** en los casos de Els Encants, la Feria de San Telmo y el mercado del centro histórico de Ciudad de México, este muestra un grado de intensidad relacional muy alto entre práctica urbana y espacio, dado que ningún agente defiende explícitamente su reubicación permanente fuera de su localización histórica; tiene un nivel de informalidad medio, basado en la propia naturaleza de la actividad y un cumplimiento de la Ordenanza Municipal cuestionable; exhibe un grado de conflictividad alto entre el Gobierno Local y las vendedoras ambulantes a lo largo de la historia, sustentado en la discrepancia de cómo gestionar esta práctica urbana por parte de los agentes implicados; expone un nivel muy alto de transformación de funciones y usos del espacio público con la celebración del mercado ambulante, puesto que durante la semana, tal y como explican los comerciantes fijos y el vecindario, la vida cotidiana de la zona es muy distinta; y, finalmente, supone un grado alto de fusión entre lo antiguo y lo moderno, debido a la gran variedad de mercancías ofertadas y los distintos espacios analizados dentro del propio mercado ambulante.



Así pues, concluyo que el Rastro de Madrid debe comprenderse como un ecosistema socioespacial en disputa, cuya configuración interna se basa en una red de relaciones formales e informales constituida por una gran diversidad de agentes -con diferencias de percepción sobre el Rastro tanto internas como externas- que, de forma directa o indirecta, participan en su devenir y que, además, construyen socioculturalmente el significado del mismo y del espacio público que ocupa del centro histórico de Madrid más cercano a sus propuestas e intereses.

### 3. Consideraciones finales

El recorrido del presente Trabajo de Final de Máster llega a su fin. A lo largo de esta investigación se ha planteado una nueva comprensión del Rastro de Madrid que debe permitir al Gobierno Local abordar sus problemáticas desde una perspectiva que vaya más allá de la concepción de actividad económica que, formando parte de su ser, no es suficiente para explicar su configuración. Por lo tanto, se ha tratado de entender el porqué de la existencia de la disputa sobre el espacio público desde una aproximación urbana y sociopolítica.

Dada la naturaleza del objeto de estudio, los planteamientos preliminares acerca del Rastro de Madrid han sufrido cambios importantes a medida que la investigación se iba desarrollando, apareciendo una mayor riqueza de matices, incisos, diferencias internas y relaciones que las inicialmente esbozadas, causa por la que se han abierto nuevas cuestiones e inquietudes en torno al tema. Por esta razón, y teniendo en cuenta el tiempo disponible, este estudio pone los cimientos de una futura investigación alrededor del Rastro que permita ahondar en algunos aspectos que en este Trabajo de Final de Máster no se han podido abordar y, por otro lado, en elementos que se citan a lo largo del texto que necesitan un mayor detalle y precisión.

Partiendo de la premisa de que el Rastro es un ecosistema socioespacial en disputa, las nuevas líneas de investigación deben encaminarse hacia el cuestionamiento de la posible visión integrada y aglutinadora de las dimensiones de lo simbiótico, lo simbólico y lo político acerca del objeto de estudio una vez se ha corroborado que la visión tridimensional es pertinente. Asimismo, se tiene que focalizar en la capacidad del Rastro de autogestionarse a sí mismo y el modo en que lo hace, explicando la manera en que se gestiona internamente. Además, ha de plantearse una profundización en el conocimiento de los agentes implicados que se han mencionado

en esta investigación: poner el foco en sus matices internos, comprender las razones que sustentan sus posicionamientos, realizar una mayor pormenorización de las relaciones que se establecen entre todos ellos y apuntar a su composición, capacidad de presión e influencia, competencias y vínculos socioeconómicos. Y, por último, debe procederse a estudiar la posible relación entre las decisiones adoptadas por el Gobierno Local de Madrid y los intereses que tienen los fondos buitres, grandes tenedores de pisos en esta zona.

Con todo ello, pienso que este Trabajo de Final de Máster es una herramienta útil para pensar y reflexionar sobre el Rastro en base a una nueva comprensión rica en matices que debe permitir abrir un debate sosegado en la sociedad madrileña en torno a este ecosistema socioespacial ubicado en el centro histórico de la ciudad. En definitiva, del fruto de este diálogo deben surgir propuestas consensuadas que posibiliten la adopción de políticas urbanas que den solución a la disputa del espacio público en el Rastro de Madrid.

## BIBLIOGRAFÍA

- AlSayyad, Nezar (2004). Urban Informality as a 'New Way of Life'. En Ananya Roy y Nezar AlSayyad (Eds.), *Urban Informality: Transnational Perspectives from the Middle East, Latin American and South Asia* (pp. 7-32). Lanham, Boulder, New York, Toronto and Oxford: Lexington Books.
- Aramayona, Begoña. (2019). *Ciudad (in)civilizada. Marginalidad urbana, ecología del miedo y populismo punitivo en la ciudad de Madrid. Los casos de el Rastro (Centro) y San Diego (Puente de Vallecas)* [Tesis de Doctorado, Universidad Autónoma de Madrid]. Repositorio Institucional – Universidad Autónoma de Madrid.
- Asociación de Comerciantes Nuevo Rastro de Madrid. (s.f.). *El Rastro de Madrid*. Recuperado de <https://rastromadrid.com/>
- Ayuntamiento de Madrid. (2000). Ordenanza Reguladora de la Venta en el Rastro de Madrid. *Boletín Oficial del Ayuntamiento de Madrid*. Recuperado de [https://sede.madrid.es/FrameWork/generacionPDF/ANM2000\\_51.pdf?idNormativa=03459d2e3fd4f010VgnVCM1000009b25680aRCRD&nombreFichero=ANM2000\\_51&cacheKey=3](https://sede.madrid.es/FrameWork/generacionPDF/ANM2000_51.pdf?idNormativa=03459d2e3fd4f010VgnVCM1000009b25680aRCRD&nombreFichero=ANM2000_51&cacheKey=3)
- Bahrtdt, Hans Paul. (1969). *Die moderne Grossstadt. Soziologische Überlegungen zum Städtebau*. Hamburgo: Wegner Verlag.
- Baran, Paul. (1964). *On Distributed Communications. Introduction to Distributed Communications Networks*. Los Ángeles: The Rand Corporation Editions.
- Beck, Ulrich. (1998). *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización..* Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, S. A.
- Boivin, Mauricio F.; Rosato, Ana; Arribas, Victoria. (2015). *Constructores de otredad. Una introducción a la Antropología Social y Cultural*. Buenos Aires: Editorial Fayard.
- Borja, Jordi. [Ciudades Creativas] (10 de enero de 2018). *El urbanismo de las ciudades creativas. Jordi Borja* [Vídeo]. Youtube. Recuperado de [https://www.youtube.com/watch?v=o7Xr8bBp9eI&ab\\_channel=CiudadesCreativas](https://www.youtube.com/watch?v=o7Xr8bBp9eI&ab_channel=CiudadesCreativas)
- Bourdieu, Pierre. (1997). *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Barcelona: Anagrama.
- Bourdieu, Pierre. (1999). Efectos de lugar. En Pierre Bourdieu (Ed.), *La miseria del mundo* (pp. 119-124). Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Bourdieu, Pierre. (2000). Objetivar al sujeto objetivante. En Pierre Bourdieu (Ed.), *Cosas dichas* (pp. 98-101). Barcelona: Gedisa.

## BIBLIOGRAFÍA

- Cano, Germán. (2021). *El Rastro. Las fuentes de su origen, historia y desarrollo urbano*. Madrid: Turpin Editores.
- Cano, Maika. (1993). Comercio no sedentario. Venta ambulante en mercadillos. *Distribución y consumo*, (9), 70-79.
- Carman, María. (2000). El patrimonio cultural y la construcción de una fiesta sin revés. El caso de la feria de la plaza Dorrego. *Cuadernos de antropología social*, (11), 95-113.
- Carrión, Fernando. (2000). Centro histórico: relación social, globalización y mitos. *Desarrollo cultural y gestión en centros históricos*, 179-192. Recuperado de <https://www.flacso.edu.ec/portal/modules/umPublicacion/pndata/files/docs/sfdesculcarrion2.pdf>
- Carrión, Fernando. (2004). Los centros históricos en la era digital. *Íconos: Revista de Ciencias Sociales*, (20), 35-44.
- Carrión, Fernando. (2005). El centro histórico como proyecto y objeto de deseo. *Eure Tribuna*, 31(93), 89-100.
- Casajuana, Alejandro; Mendoza, Jana. (2019). Els Encants [Vídeo]. Dipòsit Digital de la Universitat de Barcelona. Recuperado de <http://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/170575>
- Castells, Manuel. (1986). *La ciudad y las masas. Sociología de los movimientos sociales urbanos*. Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, Manuel y Borja, Jordi. (1998). *Local y global. La gestión de las ciudades en la era de la información*. Madrid: Taurus.
- Certeau, Michel de. (2000). *La invención de lo cotidiano I. Artes de hacer*. México: Universidad Iberoamericana. Instituto Tecnológico y de Estudios de Occidente.
- Cervantes, Julia. (2014). La economía callejera en las ciudades contemporáneas. La redes efímeras de venta ambulante como modelo para la reconstrucción de lo urbano. [i2] *Investigación e Innovación en Arquitectura y Territorio*, 2(1), 1-19.
- Chateloin, Felicia. (2008). El centro histórico. ¿Concepto o criterio en desarrollo? *Arquitectura y Urbanismo*, 19, 10-23.
- Colmenero, Carla. (18 de marzo de 2019). Domingos de Rastro y música en directo. *El petirrojo azul*. Recuperado de <https://elpetirrojoazul.home.blog/2019/03/18/domingosderastroymusicaendirecto/>
- Comunidad de Madrid. (1997). Ley 1/1997, de 8 de enero, Reguladora de la Venta Ambulante de la Comunidad de Madrid. *Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid*. Recuperado de <https://www.boe.es/buscar/pdf/1997/BOE-A-1997-18549-consolidado.pdf>

## BIBLIOGRAFÍA

- Delgado, Manuel. (2016). *Ciudadanismo. La reforma ética y estética del capitalismo*. Madrid: Catarata.
- Delgado, Manuel; Malet, Daniel. (2007). *El espacio público como ideología* [conferencia]. Jornadas Marx siglo XXI, Universidad de la Rioja, Logroño.
- Disfruta Buenos Aires. (s.f.). *Tour por la Feria de San Telmo y Mataderos*. Recuperado de <https://www.disfrutabuenosaires.com/actividades/tour-san-telmo-mataderos>
- Donovan, Michael. (2007). Informal Cities and the Contestation of Public Space: The Case of Bogota's Street Vendors, 1988-2003. *Urban Studies*, 45(1), 29-51.
- Eco, Umberto. (2014). *Cómo se hace una tesis: técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura*. Barcelona: Gedisa.
- EFE. (4 de abril de 2004). Unas 30.000 personas dicen 'no' al traslado del Rastro en el primer 'referéndum' de su historia. *El Mundo*. Recuperado de <https://www.elmundo.es/elmundo/2004/04/04/madrid/1081086616.html>
- El País. (6 de marzo de 2004a). Gallardón proyecta crear un nuevo Rastro alejado del centro de la capital. *El País*. Recuperado de [https://elpais.com/diario/2004/03/06/madrid/1078575863\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2004/03/06/madrid/1078575863_850215.html)
- El País. (12 de abril de 2004b). Comerciantes del Rastro recogen 39.000 firmas contra su traslado. *El País*. Recuperado de [https://elpais.com/diario/2004/04/12/madrid/1081769067\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2004/04/12/madrid/1081769067_850215.html)
- Espinosa, Antonio. (s.f.). *Documentos Antiguos. De Witt, Texeira, Chalmardrier, Espinosa...* Recuperado de <https://www.elrastro.org/planoshistoria-4.htm>
- Europa Press. (16 de septiembre de 2021). Los votos de la oposición consiguen sacar adelante la «reapertura total» del Rastro con el 100% de los puestos. *Agencia Europa Press*. Recuperado de <https://www.europapress.es/madrid/noticia-votos-oposicion-consiguensacar-adelante-reapertura-total-rastro-100-puestos-20210916091752.html>
- Exosapiens. (s.f.). *Segregación y Persecución del Comercio Ambulante Tradicional en el Centro Histórico de la Ciudad de México*. Recuperado de <https://exosapiens.wordpress.com/2020/08/23/segregacion-y-persecucion-del-comercio-ambulante-tradicional-en-el-centro-historico-de-la-ciudad-de-mexico/>
- Fernández, María. (2019). *El Rastro. La apropiación del espacio público* [Trabajo de Final de Grado, Universidad Politécnica de Madrid]. Repositorio Institucional - Universidad Politécnica de Madrid.
- Fernández, Víctor. (1994). Los centros históricos en la evolución de la ciudad europea desde los años setenta. *Ería*, 34, 121-131.
- García, Raúl. (2014). *Urbanitas y urbanismos. Recorridos etnográficos para entender la interrelación entre entornos construidos y usuarios en el espacio público de*

## BIBLIOGRAFÍA

- Barcelona*. [Tesis de Doctorado, Universidad Autónoma de Barcelona]. Repositorio Institucional - Universidad Autónoma de Barcelona.
- Gómez, Andrea. (2015). Apropiación del espacio público. Las ferias de San Telmo: un mapa de actores. *Actas de Periodismo y Comunicación*, 1(2), 1-16.
- Gómez, Santiago Andrés. (2017). *Historia y evolución comercial de la Ciudad de México: comprensión de los orígenes de la venta ambulante*. Recuperado de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/4534/HiltonConrad2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gómez, Sergio. (2012). *Metodología de la investigación*. Tlalnepantla: Red Tercer Milenio.
- González, Paco. (s.f.). *Espacio público urbano, dimensiones y complejidad*. Barcelona: UOC.
- Grimble, Robin; Wellard, Kate. (1997). Stakeholder methodologies in natural resource management: a review of principles, contexts, experiences and opportunities. *Agricultural systems*, 55(2), 173-193.
- Haraway, Donna. (1995). Conocimientos situados: la cuestión científica en el feminismo y el privilegio de la perspectiva parcial. En Donna Haraway (Ed.), *Ciencia, cyborgs y mujeres. La reinención de la naturaleza* (pp. 313-346). Madrid: Cátedra.
- Heras, Jesús de las. (11 de marzo de 1984). El Rastro, foco de peligro colectivo y ventas ilegales. *El País*. Recuperado de [https://elpais.com/diario/1984/03/11/madrid/447855859\\_850215.html](https://elpais.com/diario/1984/03/11/madrid/447855859_850215.html)
- Hidalgo, Carlos; Medialdea, Sara. (17 de septiembre de 2021). El Rastro abrirá al 100% el domingo 26 de septiembre. *ABC*. Recuperado de [https://www.abc.es/espana/madrid/abci-rastro-abrira-100-por-ciento-domingo-26-septiembre-202109171149\\_noticia.html](https://www.abc.es/espana/madrid/abci-rastro-abrira-100-por-ciento-domingo-26-septiembre-202109171149_noticia.html)
- Jacobs, Jane. (1975). *La economía de las ciudades*. Barcelona: Península.
- Juan, Jordi. (2004). La tematización de las ciudades. El uso de la cultura en las estrategias de desarrollo local y promoción del turismo urbano. *Anuario turismo y sociedad*, (3), 71-85.
- Kawulich, Barbara B. (2005). La observación participante como método de recolección de datos. *Forum: Qualitative social research sozialforschung*, 6(2), 1-32.
- Lash, Scott; Urry, John. (1998). *Economías de signos y espacio: sobre el capitalismo de la posorganización*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Lefebvre, Henri. (2013). *La producción del espacio*. Madrid: Capitán Swing.
- Llop, Francesc. (1987). Paisajes sonoros, espacio sonoro. *Revista de folklore*, 80, 70-72.



## BIBLIOGRAFÍA

- López, Nelly; Sandoval, Irma. (2016). *Métodos y técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa*. Recuperado de <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/176/3/M%c3%a9todos%20y%20t%c3%a9cnicas%20de%20investigaci%c3%b3n%20cuantitativa%20y%20cualitativa.pdf>
- Marín-Crespo, Cristina; Salamanca, Ana Belén. (2007). El muestreo en la investigación cualitativa. *Nure investigación: Revista Científica de enfermería*, (27), 10-13.
- Martí, Carlos. (2011). De la periferia urbana a la ciudad policéntrica. *EXPEDITO*, (5), 29-45.
- Mercat dels Encants. (s.f.). *Subhasta*. Recuperado de <http://encantsbarcelona.com/subhasta/>
- Montenegro, Marisela; Pujol, Joan. (2003). Conocimiento Situado: Un Forcejeo entre el Relativismo Construcccionista y la Necesidad de Fundamentar la Acción. *Revista Interamericana de Psicología*, 37(2), 295-307.
- Navarro, Guillermo. (18 de septiembre de 2021). Las claves de la reapertura del Rastro, el mayor y más antiguo mercadillo de Europa. *ABC*. Recuperado de [https://www.abc.es/espana/madrid/abci-claves-reapertura-rastro-mayor-y-mas-antiguo-mercadillo-europa-202109181041\\_noticia.html](https://www.abc.es/espana/madrid/abci-claves-reapertura-rastro-mayor-y-mas-antiguo-mercadillo-europa-202109181041_noticia.html)
- Nélida, Silvia. (2001). *Problemáticas de los centros históricos: teoría y práctica*. Recuperado de [https://www.escolme.edu.co/almacenamiento/oei/tecnicos/patrimo\\_historico/contenido\\_u2.pdf](https://www.escolme.edu.co/almacenamiento/oei/tecnicos/patrimo_historico/contenido_u2.pdf)
- Nel-lo, Oriol. (1995). La Ciutat i el Comerç. *Revista Papers*, (22), 10-18.
- Nieto, José Antonio. (2004). *Historia del Rastro: Los orígenes del mercado popular de Madrid, 1740-1905*. Madrid: Visión Net.
- Nieto, José Antonio. (2007). *Historia del Rastro II. La forja de un símbolo de Madrid, 1905-1936*. Madrid: Visión Net.
- Nieto, José Antonio. (2016). *Historia del Rastro III. De la Guerra Civil al siglo XXI*. Madrid: Visión Net.
- Ojeda, Laura; Peinador, Laura. (16 de mayo de 2021). El Rastro de Madrid tras 6 meses de su reapertura contado en epicentro. *El Rastro Punto Es*. Recuperado de <https://elrastropuntoes.org/2021/05/17/el-rastro-de-madrid-tras-6-meses-de-su-reapertura-contado-en-epicentro-26-5-2021/>
- Olivier de Sardan, Jean-Pierre. (2018). *El rigor de lo cualitativo. Las obligaciones empíricas de la interpretación socioantropológica*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Osorio, Carlos. (2021). *Breve historia de El Rastro*. Recuperado de <https://caminandopormadrid.com/breve-historia-de-el-rastro>

- Peña, José María. (s.f.). *Feria de San Pedro Telmo. Orígenes y Fundamentos. Objetivos, Historia y Vida de un Lugar Encantador*. Recuperado de <https://www.feriadesantelmo.com/historia.htm>
- Pérez, Antonio; Somos Lavapiés. (2 de diciembre de 2021). Oda a los escalones de Ribera de Curtidores: cuando un simple lugar donde posar el trasero crea comunidad. *EIDiario.es*. Recuperado de [https://www.eldiario.es/madrid/somos/lavapiés/noticias/oda-escalones-ribera-curtidores-simple-lugar-posar-trasero-crea-comunidad\\_1\\_8516351.html](https://www.eldiario.es/madrid/somos/lavapiés/noticias/oda-escalones-ribera-curtidores-simple-lugar-posar-trasero-crea-comunidad_1_8516351.html)
- Reed, Mark; Dougill, Andrew; & Baker, Timothy. (2008). Participatory indicator development: what can ecologists and local communities learn from each other. *Ecological Applications*, 18(5), 1253-1269.
- Rico, Ana; Alonso, Juan Carlos; Rodríguez, Angélica; Castillo, Sonia. (2006). *La investigación social: diseños, componentes y experiencias*. Bogotá: Pontificia universidad Javeriana.
- Robertson, Roland. (2003). Glocalización. Tiempo-espacio y homogeneidad-heterogeneidad. En Juan Carlos Monedero (Coord.), *Cansancio del Leviatán: problemas políticos de la mundialización* (pp. 261-284). Madrid: Trotta.
- Román, Alejandro. (2018). Planificación urbanística del turismo: la regulación de las viviendas de uso turístico en Madrid y Barcelona. *Revista de Estudios de la Administración Local y Autonómica. Nueva época*, (3), 22-39.
- Seijas, Alejandra. (2021). *Todo Rastro*. Recuperado de <https://www.instagram.com/todorastro/?hl=en>
- Sennett, Richard. (2011). *El declive del hombre público*. Barcelona: Anagrama.
- Sennett, Richard. (2019). *Construir i habitar. Ètica per a la ciutat*. Barcelona: Arcàdia.
- Sequera, Jorge. (2013). *Las políticas de la gentrificación en la ciudad neoliberal. Nuevas clases medias, producción cultural y gestión del espacio público. El caso de Lavapiés en el centro histórico de Madrid*. [Tesis de Doctorado, Universidad Complutense de Madrid]. Repositorio Institucional - Universidad Complutense de Madrid.
- Sequera, Jorge. (2020). *Gentrificación. Capitalismo cool, turismo y control del espacio urbano*. Madrid: Catarata.
- Silva, Diana Alejandra. (2010). Comercio ambulante en el Centro Histórico de la ciudad de México (1990-2007). *Revista Mexicana de Sociología*, (2), 195-224.
- Stefani, Patricio de. (2006). Prácticas cotidianas. Algunos instrumentos para un estudio acerca de las últimas transformaciones de la vida urbana. *DU&P. Revista de diseño urbano y paisaje*, 3(9), 1-18.

## BIBLIOGRAFÍA

- Torrallbo, Carmen. (2020). Los procesos participativos contra las normativas neoliberales: las luchas de la Plataforma de Comerciantes Ambulantes de la Comunidad de Madrid en defensa de los mercadillos municipales. En Antonio Álvarez-Benavides, Francisco Fernández-Trujillo, Ariel Scribman y Andy Eric Castillo (Eds.), *Acción colectiva, movilización y resistencias en el siglo XXI. Vol. 2: Genealogías* (pp. 207-226). Abadiño: Fundación Betiko.
- Trapiello, Andrés. (2018). *El Rastro. Historia, teoría y práctica*. Barcelona: Planeta.
- Ugarte, David. (2007). *El poder de las redes*. Barcelona: El Cobre Ediciones.
- Valentín, Vicens. (2020). *Hacia un nuevo modelo de prevención*. Barcelona: FUOC.
- Vallés, Miguel S. (2014). *Entrevistas cualitativas*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Vega, Luis de. (13 de noviembre de 2020). El Rastro de Madrid reabrirá con la mitad de sus puestos el 22 de noviembre tras 36 domingos cerrado. *El País*. Recuperado de <https://elpais.com/espana/madrid/2020-11-13/el-rastro-de-madrid-reabrira-con-la-mitad-de-sus-puestos-el-22-de-noviembre-tras-36-domingos-cerrado.html>
- Williams, Simon. (2001). Sociological imperialism and the profession of medicine revisited, where are we now? *Sociology of Health and Illness*, 23(2), 135-158.
- Zuazua, Pedro. (23 de marzo de 2020). La voz del Rastro. *El País*. Recuperado de <https://elpais.com/espana/madrid/2020-03-23/la-voz-del-rastro.html>

## ANEXO

### I. Guías de la revisión documental

**Tabla 11 : Guía de revisión documental PARTE II. Costuras teóricas y conceptuales del objeto de estudio**

1	Identificación del tipo de fuente analizada
2	Identificación de los conceptos clave para su clasificación temática
3	Valoración de la importancia teórica del contenido dentro del ámbito temático
4	Análisis crítico-analítico y relación conceptual con el objeto de estudio
5	Análisis de la bibliografía usada por la persona autora
6	Extracción de las ideas y de las tesis principales

*Fuente:* Elaboración propia

**Tabla 12: Guía de revisión documental PARTE III**

1	Identificación del tipo de fuente analizada
2	Clasificación según época histórica descrita
3	Identificación de espacios y de sucesos analizados
4	Análisis crítico-analítico y establecimiento de la relación espacial con el Rastro
5	Análisis de la relación con los agentes implicados en el Rastro
6	Extracción de las ideas, de las problemáticas narradas y de las tesis principales

*Fuente:* Elaboración propia

## II. Guías de las entrevistas semiestructuradas

<b>FLORENTINO GARCÍA - VENDEDOR AMBULANTE DEL RASTRO</b>		
<i>PRESENTACIÓN/INTRODUCCIÓN</i>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿En qué trabajas?</li> <li>- Tiempo trabajando en el Rastro</li> <li>- ¿Cómo/Por qué empezaste a ir al Rastro?</li> <li>- ¿Cómo fueron esos primeros años? (ambiente, atmósfera, relaciones...)</li> </ul>
<i>CAMBIOS</i>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Cuáles son los cambios más importantes que has percibido en el Rastro?</li> </ul>
<i>CONFLICTOS</i>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Cuáles son los conflictos más importantes que recuerdas en el Rastro?</li> <li>- ¿Qué actores/agentes están implicados?</li> <li>- ¿Cuáles crees que son las causas de estos conflictos?</li> </ul>
<i>EL RASTRO</i>	<i>Positivos</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Por qué es importante el Rastro?</li> <li>- ¿Qué elementos positivos destacarías?</li> </ul>
	<i>Mejoras</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Qué elementos negativos/problemáticos hay?</li> <li>- ¿Qué propuestas crees que servirían para mejorarlo?</li> </ul>
	<i>Definición</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El Rastro para ti es...</li> </ul>

<b>MAYKA TORRALBO -PORTAVOZ DE LA ASOCIACIÓN CULTURAL EL RASTRO PUNTO ES</b>		
<i>ASOCIACIÓN EL RASTRO PUNTO ES</i>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Qué es? ¿Cuándo nace?</li> <li>- ¿Qué objetivos tiene? ¿Qué valores promueve?</li> </ul>
<i>CONFLICTOS</i>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Cuáles son los conflictos históricos del Rastro durante los últimos 40 años?</li> <li>- ¿Qué acciones habéis llevado a cabo?</li> <li>- ¿Qué actores estaban implicados?</li> </ul>
<i>EL RASTRO</i>	<i>Relaciones</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Qué agentes confluyen en el Rastro?</li> <li>- ¿Qué intereses tienen según su parecer?</li> <li>- ¿Con qué fuerza cuenta cada agente?</li> <li>- ¿Cuál es la suya?</li> <li>- ¿Ha cambiado en los últimos años?</li> </ul>
	<i>Positivos</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Por qué es importante el Rastro?</li> </ul>
	<i>Mejoras</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Qué elementos problemáticos hay?</li> <li>- ¿Qué propuestas hacéis para mejorar?</li> </ul>
	<i>Definición</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El Rastro para ti es...</li> </ul>

<b>JESÚS GONZÁLEZ - PORTAVOZ DE LA ASOCIACIÓN DE VECINOS “EL RASTRO DE MADRID”</b>		
<i>ASOCIACIÓN DE VECINOS “EL RASTRO DE MADRID”</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Qué es? ¿Cuándo nace?</li> <li>- ¿Qué objetivos tiene?</li> <li>- ¿Cuántas personas la componen?</li> </ul>	
<i>ZONA DEL RASTRO</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Qué características propias tiene la zona del Rastro?</li> <li>- ¿Cuáles han sido o son las problemáticas más importantes a las que os enfrentáis en la zona a través de la AVV?</li> <li>- ¿Cómo os afecta el mercado del Rastro?</li> </ul>	
<i>EL RASTRO</i>	<i>Relaciones</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Como AVV, ¿con quién tenéis relación? ¿Cómo es esa relación?</li> </ul>
	<i>Positivos</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Qué elementos positivos destacarías del mercado que benefician al vecindario y a la zona?</li> </ul>
	<i>Mejoras</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Qué elementos negativos destacarías del mercado que perjudican al vecindario y a la zona?</li> <li>- ¿Qué propuestas hacéis para mejorar la convivencia entre vecindario y mercado?</li> </ul>
	<i>Definición</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El Rastro para ti es...</li> </ul>

<b>ALEJANDRA SEIJAS - FOTÓGRAFA, CREADORA DE LA CUENTA “MADRID TODO RASTRO” Y VISITANTE ASIDUA AL MERCADO</b>	
<i>INTRODUCCIÓN</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Quién eres y a qué te dedicas?</li> <li>- ¿De dónde nace la idea de crear la cuenta de Instagram “Madrid Todo Rastro”?</li> </ul>
<i>CARACTERÍSTICAS Y RELACIONES</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Por qué tienes tanto interés en el mercado del Rastro? ¿Qué características tiene la zona en la que se ubica el Rastro?</li> <li>- Como visitante recurrente al mercado, ¿qué tipo de relaciones se establecen entre vendedoras y visitantes, entre las visitantes, entre tiendas fijas y vendedoras ambulantes...?</li> <li>- Como visitante recurrente al mercado, ¿establecerías distintas zonas donde la gente se comporta de diferente forma, se venden distintas cosas...?</li> </ul>
<i>SITUACIÓN CON LA PANDEMIA DE COVID-19</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Has notado cambios desde la reapertura del mercado tras el cierre durante ocho meses?</li> </ul>



<i>EL RASTRO</i>	<i>Positivos</i>	- ¿Qué elementos positivos destacarías del mercado?
	<i>Mejoras</i>	- ¿Qué elementos negativos destacarías del mercado? - ¿Qué propuestas harías para mejorar las problemáticas destacadas?
	<i>Definición</i>	- El Rastro para ti es...

<b>MANOLO GONZÁLEZ - PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES NUEVO RASTRO MADRID</b>		
<i>ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES NUEVO RASTRO MADRID</i>		- ¿Qué es? ¿Cuándo nace? - ¿Qué objetivos tiene? - ¿Cuántos comercios la componen?
<i>ZONA DEL RASTRO</i>		- ¿Qué características propias tiene la zona del Rastro? - ¿Cuáles han sido o son las problemáticas más importantes a las que os enfrentáis como comerciantes fijos? - ¿Cómo os afecta el mercado del Rastro?
<i>SITUACIÓN CON LA PANDEMIA DE COVID-19</i>		- ¿Cómo vivieron los comerciantes fijos el cierre de su actividad por COVID-19? - ¿Ha habido cambios tras la reapertura del mercado del Rastro?
<i>EL RASTRO</i>	<i>Relaciones</i>	- Como Asociación de Comerciantes, ¿con quién tenéis relación? ¿Cómo es esa relación?
	<i>Positivos</i>	- ¿Qué elementos positivos destacarías del mercado que benefician a los comerciantes fijos?
	<i>Mejoras</i>	- ¿Qué elementos negativos destacarías del mercado que perjudican a los comerciantes fijos? - ¿Qué propuestas de mejora tenéis/habéis transmitido al Ayuntamiento?
	<i>Definición</i>	- El Rastro para ti es...

<b>DANIEL PÉREZ - ASESOR DEL CONCEJAL PRESIDENTE DEL DISTRITO CENTRO JOSÉ FERNÁNDEZ</b>		
<i>AYUNTAMIENTO</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Cuáles son las áreas del Ayuntamiento que tratan los temas del Rastro (comercio, cultura, vías públicas...)?</li> <li>- ¿Cuál es la más importante?</li> </ul>	
<i>RELACIONES</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- En el trato de los temas del Rastro, ¿el Ayuntamiento con qué agentes interesados tiene relación?</li> <li>- ¿Cómo es esa relación?</li> <li>- ¿Se han establecido grupos de trabajo, reuniones periódicas, para tratar esos temas?</li> </ul>	
<i>SITUACIÓN CON LA PANDEMIA DE COVID-19</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- En septiembre de 2021, el equipo de gobierno perdió la votación para la reapertura al 100% del Rastro, ¿cuáles fueron los motivos por los que se opusieron?</li> <li>- ¿Ha habido cambios en el trato al Rastro tras la reanudación de la actividad (mayor rigidez en el control del pago de tasas...)?</li> </ul>	
<i>EL RASTRO</i>	<i>Positivos</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Qué elementos positivos tiene el Rastro para el barrio y la ciudad de Madrid?</li> </ul>
	<i>Mejoras</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Qué elementos negativos destacaría del mercado que han de mejorarse?</li> </ul>
	<i>Propuestas y proyectos</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Qué propuestas tiene el equipo de gobierno para el Rastro? ¿Se está trabajando con algún proyecto? ¿Con quién?</li> </ul>
	<i>Definición</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El Rastro para el PP es...</li> </ul>

### III. Vaciado de las entrevistas semiestructuradas

#### **CARACTERÍSTICAS Y DEFINICIONES**

«Los festivos también hay Rastro, pero se vende menos, porque no es tan oficial como un domingo. Yo en concreto desde hace varios años no voy (...). No me compensa»

«[El Rastro] Siempre ha sido muy intercultural»

«Generalmente, el Rastro siempre ha sido un mercado muy, muy popular, de gente que no tenía dinero. Por eso siempre iba toda la gente a comprar cosas muy baratas que en las tiendas no podían comprar. Aquí había oportunidades. Eso siempre ha sido así»

«Los centros comerciales son todos iguales, vas a uno y has estado en todos, el Rastro es algo vivo, algo que cada domingo tiene su vida propia»

«Es un mercado vivo, singular, intergeneracional, universal»

«Es una cosa viva, dijéramos como si fuera el alma de Madrid. El alma de Madrid no se puede matar, por mucho que quieran los políticos. Eso siempre tiene que estar ahí»

«El Rastro es el Rastro porque está en ese sitio desde 1740 (...). El Rastro es donde está: Ribera de Curtidores y adyacentes»

«El Rastro para mí es propiamente mi vida (...), es mi vida, es todo para mí»

#### **Florentino García - Vendedor ambulante del Rastro**

«El Rastro es el más grande de todos los mercados [ambulantes], somos como unos 1000 titulares de puestos, entonces, dentro de la Comunidad de Madrid, bueno, dentro de España y de Europa es el más grande que hay»

«El Rastro es color, es variedad, es mezcla»

#### **Mayka Torralbo - Portavoz de la Asociación Cultural El Rastro Punto Es**

«[El Rastro] es un conjunto de pequeñas tiendas que se montan todos los domingos por personas que son o no son (...) del ámbito de la venta de productos antiguos o de productos que no los puedes encontrar en cualquier otro sitio»

«Parte de la idea de que todo el mundo que vive ahí ha nacido con ello [el Rastro] y ha visto todos los domingos así»

«La idea es que nadie va a quitar el Rastro»

«El Rastro para mí es el animado día de los domingos de cuando se es pequeño (...), un recuerdo de cuando era niño»

«[En el futuro quiero que el Rastro sea] Lo mismo, el objetivo es que las cosas cambien para que no cambie nada, para que se siga manteniendo en esa línea»

**Jesús González - Portavoz de la Asociación de Vecinos “El Rastro de Madrid”**

«Venía muchos domingos, porque quedaba con amigos para ir de cañas, para el picoteo y todo eso, para darme un paseo por el Rastro»

«Para mí, [el Rastro] no es todos los días, para mí, a día de hoy, el Rastro son los domingos»

«Cambia mucho, el Rastro, cómo se va transformando día a día, ahora cierran eso, llego aquí y hay una tienda, y dónde está la otra (...), está siempre en movimiento»

«[Lo que más me gusta del mercado] Es la gente, o sea, el ambiente, después me gustan las almonedas, todo lo viejo»

«El Rastro es donde termina todo lo que el resto de gente no quiere y que hay otra gente que sí que le puede dar una segunda o tercera vida»

«En el Rastro vienes a ver qué encuentras, a ver qué te llama, a ver qué te sorprende, es más de sorprender»

«No es lo mismo comprar desde el sofá de tu casa (...) que tocarlo, verlo, hablar con el señor y “¿De dónde viene, cómo has conseguido eso...?”»

«Espero que el Rastro dure muchos años (...). Yo sé que los madrileños valoran el Rastro mucho, y lo quieren, y saben que forma parte de nosotros»

**Alejandra Seijas - Fotógrafa y creadora de la cuenta de Instagram “Todo Rastro”**

«El Rastro para mí es una forma de vida; el Rastro para mí es un espacio de libertad (...). Yo no concibo un Madrid sin el Rastro. El Rastro para mí es todo: es la fuente del XIX, es Ramón Gómez de la Serna, es Valle-Inclán, es el propio Neruda, es toda la vida y toda la historia de la gente que ha vivido la ciudad. Pero, además, es la memoria de la ciudad; es decir, el Rastro es el gran cementerio y la reencarnación de los objetos; es decir, la ciudad tiene sus centros de muerte (...) donde van a parar las personas cuando abandonamos este mundo, pero los objetos se quedan. Entonces, el Rastro es la recuperación de estos objetos cotidianos, que vuelven a tener otra vida, vuelven a tener otra memoria, incluso, objetos que nunca fueron usados. El Rastro (...) es las cartas de amor que nunca llegaron; el Rastro es las fotos que han sido abandonadas y que otras personas encuentran y que buscan nuevos personajes y nueva vida en ellos, o sea, el Rastro es la memoria de la ciudad viva»

**Manolo González - Presidente de la Asociación de Comerciantes Nuevo Rastro Madrid**

«No nos olvidemos que el Rastro no es solamente el domingo»

«Parece que la gente cuando decía "me voy al Rastro", era el Rastro de domingo, lógicamente, porque la gente hace referencia a un Rastro como si fuera un rastrillo; al final, eso lo identificas con un comercio ambulante, pero el Rastro lo componen tanto comercios fijos como puestos ambulantes»

«El Rastro es [el mercado] más representativo, es el sitio donde va más gente»

«[El mercado del Rastro] es una actividad comercial, primero muy emblemática para Madrid, porque se lleva desarrollando desde hace más de 100 años y que es, al final, imagen icónica de Madrid. Hay mucha gente que viene a Madrid y el domingo quiere ver el Rastro. Lo segundo, nosotros estamos muy por la labor de que se desarrollen mercados y mercadillos en la ciudad de Madrid, porque no deja de ser actividad comercial»

«El Rastro [para el PP] es el mercadillo más emblemático de la ciudad de Madrid, que atrae cada fin de semana a decenas de miles de personas, y que supone un aliciente para el distrito Centro y para toda la ciudad de Madrid, tanto económica como culturalmente»

**Daniel Pérez - Asesor del Concejal Presidente del distrito Centro José Fernández**

### **RELACIONES ENTRE LOS AGENTES QUE CONFLUYEN EN EL RASTRO**

«No sabemos exactamente por qué el Ayuntamiento desde hace muchos años está como no ayudándonos, no reconociendo esa riqueza popular por no sé qué intereses oscuros»

«Generalmente, las autoridades que ha habido lo han ignorado mucho, es una cosa que está ahí y ya está»

**Florentino García - Vendedor ambulante del Rastro**

«Pueden haber intereses especulativos e ideológicos. Ellos [el PP] tienen una idea de lo que debe ser el orden y de lo que deben ser los mercados. Por ejemplo, es mejor que fueran todos los puestos, para ellos, iguales aunque se carguen la esencia del Rastro, con una gestión privada. Para eso tienes que dismantelar la red social que hay»

«Seguimos presionando en los medios de comunicación y en las manifestaciones»

«Nosotros todo lo que mandamos lo mandamos con copia a todos los partidos políticos, al alcalde y a la vicealcaldesa»

**Mayka Torralbo - Portavoz de la Asociación Cultural El Rastro Punto Es**

«Los comerciantes fijos muchos de ellos son vecinos, también. Generalmente son comerciantes que tienen un comercio en la planta de abajo y viven en la parte de arriba (...), gente de toda la vida. La relación con los comerciantes fijos siempre ha sido muy buena. Con los comerciantes móviles, los vendedores, ahí sí que ha habido bastante tensión, sobre todo en los últimos años (...), las relaciones se rompieron»

«La visión que hay es que son como tres patas: por un lado está el Ayuntamiento, por otro lado los comerciantes y por el otro los vecinos.

- ¿Comerciantes ambulantes o fijos?

Fijos, fijos. Los ambulantes van por libre. Los ambulantes han cortado la relación con todo el mundo. Ellos sólo se hablan con Podemos y ya no se hablan con nadie más. Ellos tienen unas ideas, pero sus ideas no se están llevando a término»

### **Jesús González - Portavoz de la Asociación de Vecinos “El Rastro de Madrid”**

«Cuando empecé [con el Instagram], te vas involucrando más en lo que es el Rastro, vas conociendo más gente, tiendas de las antigüedades, te van contando historias, bueno, vas sabiendo un poco el meollo de lo que es el Rastro (...), tiene muchas historias»

«Cuando fue lo de las manifestaciones (...) es cuando empecé a notar que había discrepancias entre unos y otros. A mí me chocaba un poco porque digo yo, por qué a los fijos les molesta que los ambulantes estén pidiendo por sus... ¿Sabes? Yo creo es interés de todos, el Rastro es un conjunto de todo»

«El Ayuntamiento yo sí que he percibido que ellos no han facilitado las cosas para que los ambulantes vuelvan y, en cambio, sí ponen todo de su parte para que los comerciantes hagan cosas, organicen cosas, que me parece bien»

«A primera hora de la mañana ves un tipo de ambiente, de gente de mayor, que les gusta mucho y viene al Rastro de toda la vida, gente que viene y que miran todo, cada detalle, viendo la ganga que se pueden encontrar y hay mucho movimiento (...). Eso en la plaza del Campillo y por calle de Mira el Río Baja, Carlos Arniches, ya donde están los puestos ambulantes de cosillas»

«En plaza de Vara del Rey (...) hay mucho artista que viene a comprar cosas de ropa por 2€, cosas que no las encuentras en otras tiendas»

«Ribera de Curtidores y Cascorro es lo que la gente en general que no conoce bien el Rastro piensa que es el Rastro, lo más conocido. Los que se vienen a dar un paseo con los hijos, a pasear un domingo, empiezan en Cascorro o empiezan en Ribera de Curtidores y es más o menos lo que pasean. Ahí se detienen en los puestos ambulantes y demás, pero yo creo que es gente de más pasear, sí compran, pero es más de paseo»

### **Alejandra Seijas - Fotógrafa y creadora de la cuenta de Instagram “Todo Rastro”**



«Lo que se transmitía a los medios de comunicación es que el Rastro estaba cerrado, por lo cual nadie venía, absolutamente. Así que, a pesar de que las tiendas podíamos abrir, (...) la gente no venía porque creía que el mercado estaba cerrado. Con lo cual nos afectó a que hemos estado un año completamente parados»

«Chocas con toda la burocracia, chocas con un montón de historias, chocas con los vendedores que ya están metidos ahí, que no quieren perder su estatus, ni quieren que se les mueva ni quieren que se modifique nada (...). Eres prácticamente como el enemigo, porque quieres regular un mercado que, a pesar de ser el mercado más regulado de Europa, es el mercado más anárquico de Europa, porque nadie lo regula, aunque esté regulado, nadie lo controla»

«El Ayuntamiento tiene distritos (...). Con el distrito Centro, al que pertenece el Rastro, hay una relación excelente»

«Tenemos, evidentemente, una buena relación con la concejalía de Centro»

«Nosotros tratamos de (...) retirarnos un poco de lo que es el mercado del domingo como el corazón esencial del barrio. El barrio es un entramado, nosotros estamos unidos con los vecinos 365 días, es un entramado vecinal y de tiendas que convivimos los 365 días del año en el barrio, con todos los problemas que tienen los demás barrios de Madrid (...) y, a pesar de eso, tenemos también, somos confundidos o barridos por un mercado ambulante del domingo que son unas horas, de las 8 de la mañana a las 16 de la tarde. Entonces, ese mercado, de alguna manera, impone sus normas a lo que es la vida del día a día de un entramado de 500 tiendas y de 16.000 vecinos»

**Manolo González - Presidente de la Asociación de Comerciantes Nuevo Rastro Madrid**

«Con el presidente de los comerciantes fijos hay una relación muy buena y muy cordial (...), muy próspera, donde nosotros le hemos ayudado mucho en todo, hemos hecho además "Los Sábados del Rastro" (...), que es una especie de mercadillo de antigüedades que se hace en Vara del Rey»

«Con Carmen Torralbo, ella, quizá, como sus ideas son un poco más afines a otros partidos, a partidos más de izquierda, la relación con ella es, digamos, no tan fácil como la de Manuel, pero sí que es muy dinámica (...). Tenemos una relación de cordialidad, pero digamos que ella, para entendernos mejor, ella es un poco más cañera (...), pero bueno, lo hace por el bien de los comercios ambulantes»

«Es cierto que ha dado los problemas de tener que acudir, los comerciantes [ambulantes], a la oposición para que nos metan iniciativas de todo tipo en el pleno criticándonos todo, pero como siempre tenemos la ley en la mano, al final no les queda más remedio que asentir y decir "es que tienen razón, es que con la norma en la mano están cumpliendo la normativa"»

«Como Administración, al final, nosotros somos los que reglamos, los que ponemos las normas sobre las que se tiene que cimentar la estructura del Rastro»

«Nosotros [la Junta Municipal del distrito Centro] somos los competentes para decidir dónde se pone, cómo se pone, cuántos puestos se pone»

«La Junta Municipal es la que tiene el punto más fuerte en el desarrollo del Rastro, porque nosotros damos la licencia para que se puedan ubicar, nosotros les decimos cuál es el sitio en el que se deben colocar, dónde están las calles donde se tienen que poner. Al final, la Junta Municipal, en esto, es el que tiene la mayor competencia para poder desarrollar el mercadillo»

**Daniel Pérez - Asesor del Concejal Presidente del distrito Centro José Fernández**

### ***DIFERENCIAS INTERNAS ENTRE LOS AGENTES***

«Los vendedores no tienen los mismos intereses porque el Rastro es muy singular en todos los aspectos (...). Hay gente que está jubilada, hay gente que tiene unos trabajos muy precarios que no les da para vivir y se ayudan con la venta del Rastro. Luego hay gente como yo, profesionales, que viven de ello al 100% y, entonces, claro, los intereses chocan. Mi interés no es el mismo que uno que está trabajando y bueno, pues se está ganando medio sueldo, ya tiene medio sueldo, con lo cual hay diferentes intereses, claro. (...) El Rastro es un poco social, una labor social»

**Florentino García - Vendedor ambulante del Rastro**

«Nuestro colectivo es muy plural, hay de todas las ideologías, de todas las edades, de todas las culturas»

**Mayka Torralbo - Portavoz de la Asociación Cultural El Rastro Punto Es**

«La visión general sobre la existencia del mercado del Rastro es un poco contrapuesta: hay personas que les gusta y también hay vecinos a quienes no les gusta (...). Hay gente, por ejemplo, que lleva ocho años sin salir un domingo de casa por no encontrarse con todas las personas que hay en la calle (...), es un poco trajín, un poco un bullicio (...). La visión de otros es que es algo histórico (...) y que por la historia que tiene hay que intentar mantenerlo y cuidarlo, y que desde luego le da carácter al barrio y le da un cierto punto pintoresco que está muy bien»

**Jesús González - Portavoz de la Asociación de Vecinos “El Rastro de Madrid”**

### ***TENSIONES Y CONFLICTOS EN EL RASTRO***

«Siempre ha habido conflictos porque hay varios intereses encontrados. Uno es el inmobiliario, el otro son los vecinos y los vecinos. Hay tres o cuatro puntos que son conflictivos, y más o menos se van llevando»

«El tema inmobiliario es muy fuerte. Además, estos últimos años han aterrizado en la zona, puesto que eso es el centro de Madrid y económicamente es muy rentable, pues han aterrizado todos esos fondos de inversión que están presionando a los políticos. Creemos que eso va por ahí»

**Florentino García - Vendedor ambulante del Rastro**

«En 1996 fue la primera pretensión que hubo de liberalizar el sector disfrazado de profesionalización»

«El Rastro es un espacio de disputa, siempre, porque está en el corazón de la ciudad y hay muchos intereses, de gente que quiere vivir allí tranquilo, de subir el precio de las viviendas, de que se hagan hoteles...»

**Mayka Torralbo - Portavoz de la Asociación Cultural El Rastro Punto Es**

«El Rastro parece que molesta, está en la zona centro de Madrid»

**Alejandra Seijas - Fotógrafa y creadora de la cuenta de Instagram “Todo Rastro”**

***DÉCADA DE 1980 Y REGULACIÓN DE ENRIQUE TIERNO GALVÁN***

«[A principios de la década de 1980] El Rastro era un poco más anárquico, no estaba tan organizado, en aquellos años, pero tenía ese encanto de muy, muy popular, como siempre ha sido, muy espontáneo, muy popular, muy al momento, al día. No estaba tan organizado»

**Florentino García - Vendedor ambulante del Rastro**

«Con la regulación de Tierno Galván se cargaron muchos puestos, lo que se hizo fue regularizar todo. Todo el mundo tenía que tener un permiso. Los puestos podían ser de un metro, de dos metros o de tres metros, por eso la confusión, porque el Rastro está dividido en módulos, todos de un metro. Entonces, si tú tienes tres metros, son tres módulos, pero es un puesto, es un titular»

**Mayka Torralbo - Portavoz de la Asociación Cultural El Rastro Punto Es**

### **CONFLICTO CON ALBERTO RUIZ-GALLARDÓN**

«En el año 2004 Ruiz-Gallardón vino de alcalde y pretendió, con la excusa, siempre la excusa es la seguridad o ayudarnos, una reestructuración también del Rastro, que al final la consecuencia iba a ser reducir su tamaño y una selección de qué vendedores iban a entrar o no, con la excusa de que se estaba perdiendo venta y que entonces había que hacer una nueva estructura porque era lo que los ciudadanos querían»

«Eso de Mercamadrid es un globo sonda para después llegar a lo que realmente querían, una reestructuración del Rastro»

«De hecho, [en 2004] se hizo la Oficina del Rastro y se hizo la marca 'Rastro', que fue un primer paso para tener una marca 'Rastro' que pudiera privatizar la gestión del Rastro, y eso se quedó ahí. La Oficina del Rastro (...) duró dos meses»

**Mayka Torralbo - Portavoz de la Asociación Cultural El Rastro Punto Es**

### **CONFLICTO Y CAMBIOS DESDE LA PANDEMIA DE COVID-19**

«Ahora el público, en general, tiene mayor adquisición que aquellos años. Ahora hay público con un buen nivel adquisitivo, ese tipo de público antes no iba nunca. Ahora es como más abierto»

«El Rastro se ha hecho todavía más popular. Ese tipo de gente con un nivel adquisitivo más alto que antes, por lo que fuera, por las cosas que pensábamos y tal de que eso es..., y pues ahora ese tipo de gente va, como que es muy rico»

«Ese tipo de gente nueva suele ser de Madrid, porque el turista la mayoría que están en Madrid los domingos pasan, porque ellos ya saben que eso es típico de Madrid»

«Después de todo el parón que ha habido, puesto que hemos estado mucho en los medios de comunicación intentando que se abriera, después la gente ha empezado a enterarse de que había un Rastro, o que le sonaba que su padre iba al Rastro, y de pronto va él al Rastro y descubren, hay un tipo de gente, más bien joven, claro, que descubren qué es el Rastro, y les encanta»

«Hemos empezado a reconocerlo más, ya no verlo desde ese prejuicio de que es gente que está ahí, en la calle, vendiendo trapos»

**Florentino García - Vendedor ambulante del Rastro**

«Y hasta ahí (...) parecía que había un poco de tranquilidad, hasta que ha venido el tema de la pandemia»

«El Rastro de Madrid permanecía cerrado. Conseguimos, después de haber hecho un montón de peticiones al Ayuntamiento de Madrid para tener una reunión para ver qué

pasaba con el Rastro, no nos contestaban hasta que nos fuimos a los medios de comunicación y lo denunciábamos. Cuando salió en los medios de comunicación que no nos recibía, entonces ya nos llamaron y nos recibieron»

«Nosotros no queremos que haya minimercadillos, sino que haya un perímetro conjunto de todo el Rastro donde se incluyan tiendas y puestos, porque es más eficiente a todos los niveles»

«El concejal (...) dejó caer que su modelo de apertura y de Rastro debía ser un modelo similar a los mercadillos de los sábados que se estaban haciendo en Vara del Rey, que es un mercado de gestión privada»

#### **Mayka Torralbo - Portavoz de la Asociación Cultural El Rastro Punto Es**

«Nosotros lo que queríamos es que se hiciera una apertura gradual, que se fuera planteando un inicio de 100 tiendas, 50 tiendas, que se viera si había masificación o no y, en función de eso, empezar a subir paulatinamente o, si veíamos que había demasiado, recortar»

«El rastrillo del Nuevo Mundo se abrió como seis o siete meses antes que lo que es el Rastro (...). Ese no estaba politizado, el que era el Rastro en sí se politizó mucho. Lo que decían los ambulantes era “o todo o nada”, pues a todo o nada, nada (...). Estuvieron seis meses montando manifestaciones (...), eran unas manifestaciones que se veían ahí a 40 personas que venían con su pancarta y decías “vale, ya está, ahora vuélvete a casa que no puede ser”. Al final, ya cuando entraron por el aro, ya sí que se empezó a hacer una apertura más gradual y todo mejor. Pero claro, se retrasó mucho y se entorpeció demasiado, se tensionaron mucho las cosas»

«Se ha notado cambios de que hay menos tiendas, porque lo que ha pasado es que ha llegado el Ayuntamiento y ha dicho, pues ya que estamos en este plan tonto de exigir todas las cosas, pues yo también voy a exigir que solamente podrán ponerse a vender el que esté al corriente del pago. Entonces, como de las 3000 tiendas que había sólo estaban al corriente 1000, pues sólo hay licencia para 1000, los otros 2000 pues ya veremos (...). A raíz de esa tensión que se generó, pues se empezó a ver que el Ayuntamiento también se puso más estricto»

#### **Jesús González - Portavoz de la Asociación de Vecinos “El Rastro de Madrid”**

«Lo que se transmitía a los medios de comunicación es que el Rastro estaba cerrado, por lo cual nadie venía, absolutamente. Así que, a pesar de que las tiendas podíamos abrir, (...) la gente no venía porque creía que el mercado estaba cerrado. Con lo cual nos afectó a que hemos estado un año completamente parados»

«El censo tiene 450 comerciantes. Actualmente no es el censo porque después de la pandemia hay muchos locales que se están traspasando, se están alquilando, se están cambiando de actividades y (...) en estos momentos no está actualizado al 100% (...). El entramado del barrio es de unas 500 tiendas»

«Ahora mismo hay una crisis que afectaría directamente entre un 15-20% de los establecimientos tradicionales, que están cerrados, se alquilan, se traspasan o se venden. En este momento hay bastantes cierres y hay bastantes locales que están prácticamente en la bancarrota»

«El Rastro tenía 3000 puestos. A raíz de la pandemia y de la dejadez de los equipos municipales anteriores, se descubrió que aunque hubiera una ocupación 100% del terreno, realmente puestos dados de alta, y regulados, y con pago con fecha del 2019, solamente había 996. ¿Qué sucede? La señalética, que nosotros la llevamos pidiendo desde hace ocho años, que es de obligado cumplimiento, consiste simplemente en normalizar la zona, que haya una planimetría de la zona, con la numeración que le corresponde a cada vendedor y los metros que ocupa, quién lo regente, quién lo lleva y a qué se dedica (...). Aquí no hay nada de eso»

**Manolo González - Presidente de la Asociación de Comerciantes Nuevo Rastro Madrid**

«Como ellos [las asociaciones de vendedores ambulantes] no hacían nada, nosotros, como Junta Municipal, aprobamos una primera propuesta de reapertura»

«Nosotros dijimos que se tenían que poner, para poder respetar las distancias de seguridad, pues un domingo se ponían 500 y otro domingo se ponían otros 500 (...). Entonces ellos [los vendedores ambulantes] dijeron que eso les iba a causar un perjuicio económico y que se querían poner los 1000 todos los días, tanto domingos como festivos»

«Al final se decidió eliminar Gran Vía de San Francisco, que ellos no lo querían, respetar la huella tradicional del Rastro, pero 500 y 500»

«Desde el punto de vista de la Junta Municipal siempre el deseo ha sido reabrir el Rastro lo antes posible»

«La única propuesta que nos llegaron a hacer los vendedores ambulantes a nosotros consistía en que ellos estaban de acuerdo en perimetrar el mercadillo pero el perímetro, en vez de ser vallas, eran los propios edificios»

**Daniel Pérez - Asesor del Concejal Presidente del distrito Centro José Fernández**

### ***ELEMENTOS POSITIVOS DEL RASTRO***

«El Rastro es muy singular, ramifica, une en ese punto, a todas las personas. Ese es un punto donde quedan los amigos para dar un paseo, tomar unas cañas y pasar la mañana»

«El Rastro va, también, con todo el tema de bares, que se dan una vueltita por el Rastro, se toman su caña, quedan con los amigos. En fin, es una cosa buena»

**Florentino García - Vendedor ambulante del Rastro**



«El Rastro es un eje de convocatoria enorme que dinamiza el comercio de toda esta ciudad los domingos, del centro de la ciudad, viene gente de todas las partes del mundo»

**Mayka Torralbo - Portavoz de la Asociación Cultural El Rastro Punto Es**

«El Rastro, en sí, el hecho del color que da, la visibilidad que da, la importancia que se le da, también, puede generar que culturalmente el barrio suba un poco, empiece a crecer, empiece a tener más valor y se empiece a igualar con el resto de barrios»

«El mercado nos da un cierto punto de cultura, una revalorización de la zona y, bueno, digamos el vivir en una zona que es vibrante»

**Jesús González - Portavoz de la Asociación de Vecinos "El Rastro de Madrid"**

«Un mercado con una expansión a nivel festivo e internacional pues hace que, lógicamente, fluya mucho más público y que sea, evidentemente, el epílogo de lo que es la semana del barrio. Entonces, es positivo. No tenemos ningún problema con la misión del mercado, bajo ningún concepto. A parte, que nuestras tiendas ocupan espacio público, también (...). Positivo, todo»

**Manolo González - Presidente de la Asociación de Comerciantes Nuevo Rastro Madrid**

«Al final, la gente que va al Rastro, no solamente va a los puestos ambulantes y fijos, eso sirve para que luego la gente ese domingo salga, vaya al Rastro, y luego puede ir a comer fuera, puede hacer un día al aire libre, puede, en fin, ir a museos (...), es decir, forma parte de un recorrido cultural»

**Daniel Pérez - Asesor del Concejal Presidente del distrito Centro José Fernández**

### ***PROBLEMÁTICAS Y ELEMENTOS NEGATIVOS DEL RASTRO***

«La tendencia con todo el tema chino es que todo el material que vendas sea igual»

«Donde hay mucha aglomeración de gente hay carteristas»

«Hace años que el Ayuntamiento no da nuevas autorizaciones»

**Florentino García - Vendedor ambulante del Rastro**

«Denunciamos que se está perdiendo un poco el carácter que tenía (...). Antes se vendían productos muy específicos, antigüedades, y ahora está migrando más a productos tipo Cobo Calleja: es una especie de AliExpress físico»

«Nosotros, por ejemplo, hablamos de inseguridad por robos y drogas en la calle, más luego también muchos problemas de ocupación y narcocupación»

«Nosotros hemos establecido muchos contactos sobre todo con inspectores..., todo lo que es la calle Leganitos, de la Policía Nacional tenemos muchos contacto, y teléfonos directos de los intendentes de la Policía Municipal»

«Nosotros hemos reclamado lo contrario a la gentrificación. Siempre hemos dicho que nuestro barrio empieza a gentrificarse»

«Nuestra asociación surge porque veíamos muchos problemas de seguridad y de limpieza en las calles. Un barrio muy degradado, muy dejado, muy olvidado y que éramos como el barrio pobre de dentro de todos los otros barrios de Madrid»

«Hemos pedido [al Ayuntamiento] que se señalice, que se controle quién vende y quién no vende. Hemos visto que hay gente que se dedica ahí a vender y te vende cualquier cosa. Hemos visto a muchas personas que venden ropa vieja que va con chinches [...], oye, que hay una cierta higiene y una cierta limpieza»

«Los vecinos pagamos un impuesto de basuras, los comerciantes pagan un impuesto de basura, pero los comerciantes ambulantes que vienen ahí no pagan ningún tipo de basuras y sí que requiere mucho personal. Cuando son las 16.00, que pasan las personas de limpieza, te puedes encontrar 30 personas limpiando las calles, recogen toneladas de perchas, de cajas, de bolsas, de todo. Entonces, al final es, oye, un poquito de recoger las cosas sí tenéis que tenerlo en cuenta»

#### **Jesús González - Portavoz de la Asociación de Vecinos “El Rastro de Madrid”**

«[La zona del Rastro] Espero que siga siendo un barrio como hasta ahora es, yo por ahora lo veo barrio cada vez menos (...) porque se va globalizando todo, los pisos van subiendo de precio, los vecinos ya no se pueden permitir vivir en el centro, porque esto es el centro, y entonces los vecinos de toda la vida y los comerciantes se tienen que ir o, por lo menos, no se pueden permitir el lujo de vivir aquí, porque es caro»

«[La zona] sí que es verdad que está un poco abandonada»

#### **Alejandra Seijas - Fotógrafa y creadora de la cuenta de Instagram “Todo Rastro”**

«Nosotros tenemos muchos problemas a raíz de Madrid Central (...). Esto hizo que cayera casi un 40-50% las ventas. Encima, a eso le vino añadido, lógicamente, la crisis económica de Lehmann Brothers, el cambio de gustos, la aparición de portales de Internet de compraventa de segunda mano, los Wallapop..., todo un tipo de estructuras que fueron diezmando completamente la vía del comercio. El único comercio que, de alguna manera, se ha salvado entre comillas ha sido la restauración»

«El mercado lleva diez años, bueno diez, lleva veinte, siendo un auténtico desbarajuste, porque no hay ningún organismo que esté regulando actividad culturales ni artísticas de la ciudad, es decir, hay una dejadez absoluta en la mercancía y en la venta de esa mercancía, sobre todo a través de la venta ambulante. De hecho, los

puestos de venta ambulante se están pasando de unos vendedores a otros, y hay muchos puestos que son de ropa usada, de cosas que realmente, que me parecen muy bien, pero que no hay un equilibrio entre un patrimonio cultural y artístico, y no hay una gran diferencia de lo que está siendo el mercado ambulante (...) de lo que son otros mercados ambulantes de otros municipios o de otros distritos»

«Ahora mismo, evidentemente, son puestos de los que puedes encontrar miles de cosas no solo ahí, sino en cualquier otro sitio y en cualquier otro mercado, porque son prácticamente productos importados»

**Manolo González - Presidente de la Asociación de Comerciantes Nuevo Rastro Madrid**

«Nosotros no vemos parte negativa en el desarrollo del Rastro ni lo veremos nunca»

«Nosotros no tenemos parte negativa del Rastro. El Rastro es una actividad que ha formado parte de toda la vida de Madrid y, como tal, nosotros queremos que se siga desarrollando. La parte negativa, no es parte negativa, es quizás las complicaciones que puedan surgir por el desarrollo del Rastro, pero que son complicaciones del día a día que están asumidas»

**Daniel Pérez - Asesor del Concejal Presidente del distrito Centro José Fernández**

## ***PROPUESTAS Y PROYECTOS PARA EL RASTRO***

«Hubo unos años que pusieron, por ejemplo, una UVI móvil, pusieron una comisaría ambulante»

**Florentino García - Vendedor ambulante del Rastro**

«Buscamos un poco el desarrollo cultural, sobre todo el no percibir el Rastro como un mercadillo sino como un cierto desarrollo cultural»

«Entender que el Rastro..., manejarlo como herramienta para poner en valor el barrio»

«La idea nuestra, y a partir de ahí hay visiones muy interesantes, es empezar a dárselas [las autorizaciones] a personas que dinamicen, es decir, ya no sería dárselo a gente que viene a vender cosas raras o que se va a Cobo Calleja (...) y lo vende ahí, sino a lo mejor dárselo a centros de Formación Profesional que tengan cosas de madera, o a escuelas de arte, o a escuelas... o sea, a gente que pueda aportar un cierto valor (...).

- ¿Y eso lo haría el Ayuntamiento, según vuestra propuesta?

(...) La visión que hay es que son como tres patas: por un lado está el Ayuntamiento, por otro lado los comerciantes y por el otro los vecinos.

- ¿Comerciantes ambulantes o fijos?

Fijos, fijos. Los ambulantes van por libre. Los ambulantes han cortado la relación con todo el mundo. Ellos sólo se hablan con Podemos y ya no se hablan con nadie más. Ellos tienen unas ideas, pero sus ideas no se están llevando a término»

«Nosotros tenemos un plan de tratarlo como Bien de Interés Cultural (...). Lo que se planteó alguna vez (...) de que fuera Patrimonio Inmaterial de la UNESCO. (...) Lo que pasa es que choca un poco con la visión de qué es el Rastro. Cuando es Patrimonio de la UNESCO te obliga a ser muy férreo, muy estricto y que no mute mucho, mientras que el Rastro es algo muy vivo, algo cambiante, algo que se va adaptando a los tiempos. Esa rigidez que quiere meter la UNESCO es la que no termina de cuajar»

**Jesús González - Portavoz de la Asociación de Vecinos “El Rastro de Madrid”**

«Nuestra asociación uno de los contenidos que tiene es reanimar culturalmente también el mercado, dado que (...) es un mercado cultural y patrimonial de la ciudad de Madrid»

«El mercado de Desembalaje es gente que viene de toda España (...), se instalan para vender sus productos y sacar a pie de la furgoneta, ocupar el espacio de Vara del Rey»

«Sí le pido a la Administración y a los grupos políticos es que los 1000 o los 1500 [puestos] que están libres y que se creen o se adjudiquen, sean a nuevos diseñadores, creativos, a gente joven, al que hace moda, al que hace arte, al que hace diseño, al que hace artesanía, al que hace orfebrería, al que hace diferentes cosas como pasa en otras ciudades europeas (...). Eso es lo que quiero, que esos puestos recuperen lo que dice la propia normativa municipal, es decir, un mercado de valor cultural y patrimonial de la ciudad de Madrid»

«Nosotros queremos visualizar que hay unas entrañas (...), que hay tiendas, que hay personas, que hay anécdotas, que hay historia, que hay un día a día, que se vive las 24 horas, que hay, lógicamente, un barrio»

«Lo que nos interesaría verdaderamente es que [el Rastro] se enriqueciera a todos los niveles, es decir, que no hubiera 996 puestos, sino que hubiera 3000, como dice la normativa y que fueran una fuente de inspiración, de actividad, de arte, de creación y de recuperación de tradiciones»

**Manolo González - Presidente de la Asociación de Comerciantes Nuevo Rastro Madrid**

«Nosotros siempre estamos trabajando para que se puedan ubicar el mayor número de puestos posibles siempre y cuando cumplan con la normativa»

**Daniel Pérez - Asesor del Concejal Presidente del distrito Centro José Fernández**