



HISTORIA DEL RASTRO

LOS ORÍGENES DEL MERCADO POPULAR DE MADRID, 1740-1905

José A. Nieto Sánchez



HISTORIA DEL RASTRO.
Los orígenes del mercado popular
de Madrid, 1740-1905

HISTORIA DEL RASTRO.

**Los orígenes del mercado popular de Madrid,
1740-1905**

JOSÉ A. NIETO SÁNCHEZ



HISTORIA DEL RASTRO.

Los orígenes del mercado popular de Madrid, 1740-1905

© Jose A. Nieto Sánchez

© Editorial Vision Net

Avenida de Asturias S/N Impares Semiesquina a Plaza Castilla
28029 Madrid (España)

Tel: 0034 91 3117696

url: www.visionlibros.com

ISBN: 978-84-9770-706-0

Diseño base cubierta: © Marian González.

dagma@vodafone.es

Producido por Grupo Corporativo Visionnet.

Cuatro Amigos 5 Posterior 28029 Madrid (España)

Impreso en España.

Reservados todos los derechos. Esta publicación no puede ser reproducida, ni en todo, ni en parte, ni registrada en o transmitida por un sistema de recuperación de información, de ninguna forma ni por ningún medio, sea mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, o por fotocopia, o cualquier otro sin el permiso previo por escrito de la editorial.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	9
--------------------	---

<u>PARTE 1. EL RASTRO, MERCADO LIBRE</u>	
<u>E ILEGAL, 1740-1834</u>	17

1. LOS MERCADOS POPULARES EN LA	
EDAD MODERNA	19

La eclosión de los *baratillos*

Mercado popular, orden ilustrado e ilegalidad

2. EL BARRIO DEL RASTRO	35
--------------------------------------	-----------

Un barrio industrial...

..., pero un barrio de pobres

3. LOS COMIENZOS DEL RASTRO DE	
ARTÍCULOS USADOS	49

Entre muchos mercados, uno: el de ropa usada

Los años clave del Rastro: 1750-1760.

La utilidad social del mercado

4. LOS PRIMEROS INTENTOS DE REGULACIÓN ..	63
--	-----------

Las primeras licencias

Nuevos tiempos, viejos problemas

Algunos negocios ocultos del Rastro

5. VENDER, COMPRAR y MUCHO MÁS	77
---	-----------

El regateo

Hablando se hacen clientes

**PARTE 2. DE LA PERSECUCIÓN AL
RECONOCIMIENTO, 1834-190589**

6. CONTINUIDAD Y CAMBIO MERCANTIL91

La consolidación de una burguesía de los negocios

Permanencias y mutaciones en las tiendas

El auge de las ventas callejeras

7. LOS MERCADOS DEL RASTRO103

a) Las ropas nuevas

b) Los objetos usados

c) El calzado

d) La quincalla

e) Las antigüedades

f) Los comestibles

g) Las caballerías y otras bestias

**8. LA REGULACIÓN DE UN MERCADO
IRREGULABLE113**

La universalización de la licencia

Cajones, tinglados, tarimas

Calendario y horario

9. LOS ROSTROS DEL RASTRO127

El heterogéneo mundo de los vendedores

Vendedores sedentarios

Vendedores ambulantes

Los compradores

10. DE CONFLICTIVOS A RECONOCIDOS145

Inobedientes, quimeristas y alborotadores

El Rastro amenazado

La unión hace la fuerza: el Rastro reconocido

INTRODUCCIÓN

El Rastro tiene motivos más que sobrados para entrar en la Historia por la puerta grande. Es el mayor mercado popular del país al aire libre y también el que cuenta con raíces más profundas. Surgió aproximadamente en 1740 como zoco diario de venta de objetos usados y una década después, como mercado de domingos y festivos. Es decir, cumplió en el año 2001 nada menos que 250 años como mercado dominical. Otro cumpleaños, éste a celebrar en 2005, tiene por motivo conmemorar que hace un siglo la Ley del Descanso Dominical le reconoció como el único mercado de Madrid donde podía venderse de forma ambulante el último día de la semana. No es escasa la hoja de servicios de nuestros vendedores. Tampoco la del barrio donde se instala el mercado, pues durante el cuarto de milenio de vida de este último se distinguió por acoger a una importante población de trabajadores, inmigrantes y pobres. También porque fueron sus mismos vecinos los que se encargaron de abastecer a esos grupos sociales de comida, vestido y mobiliario a través de una de las soluciones más originales habidas en la historia de la ciudad: el mismo mercado del Rastro.

Es este zoco el que ha infundido solera al barrio y el que lo ha dado a conocer al resto del país y del mundo. La proyección del Rastro ha sido tan espectacular que no hay guía turística que no recomiende su visita cualquier mañana de domingo. Los curiosos acuden aquí atraídos por las gangas y el bullicio multicolor. También porque valoran los rasgos de un mercado diferente al convencional como la fijación de precios mediante el regateo o la importancia del contacto personal entre vendedor y comprador. Pero, sobre todo, por la búsqueda de cosas distintas, muchas veces inservibles. En el Rastro, pese a la avalancha de

productos estandarizados, hay objetos que cobran otra vida, sólo reconocible por el comprador capaz de darle un valor a algo inútil y desechable por sus antiguos propietarios. O como ya acertara a afirmar en 1914 Ramón Gómez de la Serna, el autor más lucido que ha escrito sobre nuestro mercado, *“sólo en medio del libertinaje y la soltura del Rastro las cosas se enseñan a si mismas, y personalmente se encaran y expresan”*¹.

Por supuesto, las cosas. Pero, sobre todo, las personas. Los vendedores y compradores, pareja indisolublemente ligada por los objetos y por la necesidad de llegar a acuerdos para intercambiarlos por dinero. Entre los primeros destaca hoy la multiculturalidad, puesto que la mayoría de madrileños payos y gitanos comparte espacio y negocios con africanos, marroquíes, latinoamericanos... De parte de los compradores, muchos madrileños, pero cada vez más inmigrantes que encuentran en el Rastro no sólo precios más bajos sino también los resabios de sus mercados nativos. Expresión, en suma, de una ciudad en pleno proceso de cambio, y de un mercado versátil y acogedor desde hace siglos. Este libro va dirigido a todos los vendedores y vendedoras, y a los compradores y compradoras que hacen posible el mercado. Ellos y ellas, con su difusión a través del boca a boca, dan vida al Rastro.

En Europa existen otros mercados similares al nuestro. Waterlooplein en Amsterdam, el mercado judío y el de Portobello en Londres, Las Pulgas en París, Porta Portense en Roma, la feira de Ladra en Lisboa.... Casi todos llevan a sus espaldas algún estigma étnico o vinculado con el robo, la miseria o las enfermedades contagiosas, y coinciden en una historia repleta de prohibiciones, persecuciones y constantes traslados, que resultaron siempre inútiles, pues la mayoría de ellos han conservado vivos la mayoría de sus rasgos ancestrales. Algunos pueden presumir de antigüedad; otros, de ser más *chick*, o con-

tar con vendedores más hábiles en los regateos. También los hay que alardean de mayor extensión (el de París abarca unos 5.000 metros cuadrados y en 1990 acogía cerca de 3.000 puestos). Pero ninguno puede competir con el Rastro en el arraigo con el vecindario ni en el tiempo de estancia sin haber sido trasladado de su enclave original.

En el punto del espacio, el Rastro ofrece una lección importante a la Historia. No han sido pocos los fracasos a la hora de cambiar la ubicación del mercado. Por el contrario, mayor recorrido han tenido los intentos de reforma que han respetado el espacio original y se han fraguado desde el consenso. A lo largo del libro, iremos viendo que todos los protagonistas del Rastro han aprendido a ceder en aras a conservar el mercado. Durante el siglo XIX el déficit crónico del Ayuntamiento le llevó a reconocer la legalidad del comercio en el Rastro y olvidar su lucha declarada contra los vendedores, incluida su particular bestia negra, los vendedores ambulantes. Los comerciantes, por su parte, aceptaron, primero, el pago de una cuota por establecer sus cajones y puestos, y después acataron las condiciones de espacio y tiempo. Incluso los ambulantes acabaron pagando su tarifa a cambio de no ser perseguidos. Todo este proceso llevó tiempo y estuvo jalonado por muchos conflictos entre las partes. Las posturas sólo pudieron acercarse cuando todos los implicados reconocieron que el mercado beneficiaba a cada cual en alguna medida.

Dicho esto, hay que añadir a renglón seguido que desde su fundación -allá por 1740- y hasta bien entrado el siglo XIX el mercado sólo gozó del abrigo propiciado por los mismos vecinos del barrio, y que éste fue castigado duramente por la desidia de los poderes establecidos y por la dureza de unas condiciones laborales que iremos desgranando a lo largo de este libro. Para conocer mejor el mercado y el barrio, en las páginas que

siguen me he preocupado por ofrecer al lector una visión histórica del Rastro. Son varios los motivos que llevan a un estudio de este tipo. Primero, porque al tratarse de un barrio volcado en las transacciones comerciales desde hace siglos, su experiencia mercantil puede aclararnos muchas de las dudas que tenemos sobre el comercio madrileño y sus transformaciones, tanto en lo relativo a qué se compra en el Rastro como en lo tocante a quién y cómo se vende, y por supuesto, quién y cómo se compra. De la mano del mercado del Rastro conoceremos, por tanto, los gustos y los cambios de tendencia de buena parte de la población de Madrid. Segundo, porque las personas que habitaban ese barrio y las que se citaban en su mercado poseían unos rasgos propios que trascendían lo meramente mercantil. En consecuencia, necesitan desvelarse en aras a conocer mejor la Historia general de Madrid. Mesonero Romanos, el que fuera uno de los mejores cronistas de la Villa, se atrevía a definir a los habitantes de este área como *“una población aparte, aislada, hostil y terrible”*. Sirva esta pista para abrir boca.

Además de lo expuesto es hora de saldar una deuda histórica pues sobre el Rastro pesa una maldición casi bíblica en la que se mezclan tópicos y equívocos. Muchos de ellos se arrastran desde los primeros cronistas interesados por nuestro mercado. Quizá el más repetido es identificar el Rastro con la carne. En este libro, será ahora casi el único momento en que aludamos a ese mercado, dado que los vendedores, las formas de venta y los productos que nos interesan nada tienen que ver con ese mercado anterior. Sencillamente, el Rastro actual sólo toma prestado de ese zoco el nombre y el espacio, e incluso no deberíamos hacer caso a los que designan a los vendedores del Rastro como “rastreros”. Estos sólo fueron los encargados del mercado de la carne².

Como la menguada bibliografía sobre el Rastro ha sido muy dada a los anecdóticos, cabe identificar otros tópicos que lo relacionan con el fraude y el robo. A lo largo de las siguientes páginas iremos viendo que este tópico ha sido más una idealización que una realidad. En primer lugar, de los propios gobernantes empeñados en reglamentar lo irregulable. Desde 1561, es decir, desde que Felipe II decidiera establecer su Corte en Madrid, no fueron pocos los regidores que pretendieron regular el comercio popular so pretexto del ornato público y de inflar las molestias provocadas al erario regio por el fraude fiscal. En el fondo sólo querían expulsar a comerciantes molestos. En segundo lugar, buena parte de estas acusaciones procedían de un especial ajuste de cuentas entre comerciantes, pues a lo largo de las siguientes páginas iremos viendo cómo los establecidos en tiendas intentaron eliminar la competencia de los vendedores ambulantes y hacerse acreedores de los favores municipales.

El libro se divide en dos partes. En la primera me detengo en el estudio de los orígenes del mercado de artículos usados y para ello me remonto a los primitivos baratillos o mercados populares. Partiendo de estas bases, en el grueso de estos cinco primeros capítulos se analiza la instalación del mercado ilegal en el área del cerrillo del Rastro desde 1740 hasta 1834, año de la abolición de los privilegios gremiales. La segunda parte se extiende hasta 1905, fecha emblemática para el Rastro ya que en ella coinciden, por un lado, la demolición del Tapón del Rastro que obstruía el tránsito hasta la plazuela desde la calle de los Estudios y, por otro, la promulgación de la mencionada Ley del Descanso Dominical. Obviamente en esos setenta años que van desde 1834 a 1905 sucedieron muchas más cosas. La más importante fue que el comercio pasó a ser el verdadero protagonista del barrio. Por ello, esta segunda parte intenta responder a preguntas básicas para todos aquellos interesados en el mercado del Rastro: ¿Quiénes lo formaban? ¿Cuándo y donde tenía

lugar? ¿Qué condiciones imponía el Ayuntamiento para ser vendedor? Las respuestas a estas preguntas esperamos ayudarán a comprender mejor tanto la idiosincrasia como la pujanza de este zoco madrileño.

No quiero engañar al lector. Soy un historiador que siente especial querencia por el Rastro porque formo parte de él desde hace más de treinta años. Ese es el tiempo que llevo vendiendo en la Plaza del Campillo del Mundo Nuevo. Debo de confesar que a los ocho años, cuando mi padre me inició en la venta de herramientas, no me gustaba ir al Rastro. Había que levantarse muy pronto, no se podía jugar, había que coger cajas muy pesadas y estar todo el día atento a la venta. Después fui perdiendo la infancia y me fue entrando el gusanillo del comercio y todo lo que él conlleva de relación social y de servicio público. Mi travesía hasta llegar aquí ha sido larga y en los diferentes puestos que he regentado he vendido desde sellos y monedas a bragas y sujetadores, desde pan de pueblo a juegos de ordenador. Mi gran frustración ha sido no poder tener un puesto de libros, pero el Rastro me ha dado la oportunidad de conocer otra forma de vivir y, sobre todo, a mucha gente única que de otro modo me hubiera sido imposible. Vaya lo uno por lo otro. De entre la turba-multa de rostros tengo el orgullo de poder destacar a excepcionales maestros del regateo, como el ya tristemente fallecido Domingo Huertas; mozos de cuerda con una humanidad sin igual, como mi gran amigo Carlos; o artistas del juguete de madera, como Javi y Concha. El Rastro también me ha permitido participar, aunque no todo lo que hubiera deseado, en experiencias colectivas que intentan sacar el mercado adelante, como la asociación *El rastropuntos*, sin duda una auténtica bocanada de aire fresco para muchos vendedores decepcionados ante el desolador panorama asociativo imperante y los frenos puestos por el municipio.

En estos años he vivido muy de cerca los diferentes intentos de reforma llevados a cabo por los partidos políticos que en su momento estaban en la alcaldía. Ya viniesen del PSOE, el CDS o el PP, ninguno fue de la satisfacción de los vendedores porque se hicieron de espaldas a nosotros, con planes diseñados a la medida de los gobernantes y con la intención de implantarse por las bravas. Además, en todo este tiempo no he conocido ninguna ayuda municipal, autonómica o estatal para los vendedores. Sin embargo, el Rastro sigue vivo a diferencia de otras experiencias —como la del mercado de la Puerta de Toledo— que languidecen pese a estar atiborradas de estudios de relanzamiento, campañas de propaganda y millones de dinero público.

Tal vez sea predicar en el desierto, pero no somos pocos los que estamos convencidos de que el Rastro no entiende ni de las economías de escala de las grandes superficies ni de los aumentos de la productividad comercial. Tampoco requiere de campañas de promoción al uso, bolsas con logotipos o marcas comerciales. Él mismo, con sus rasgos específicos y la difusión del boca a boca, es su mejor aval. Por supuesto, las ventas que en él se realizan nunca aparecerán en el PIB ni en las estadísticas de población activa. Sin embargo, en el Rastro hay mucho trabajo, buenas dosis de pensamiento económico, grandes comerciantes y, sobre todo, muy buenos conocedores de las tendencias del gusto popular. Además, y pese a que pueda sonar a tópico, una vuelta por sus calles y plazas sigue revelando la vigencia de una oralidad ya casi perdida en la mayoría de los zocos españoles. No sé si éste será un rasgo de lo que ha venido en denominarse el “mercado tradicional”, pero alguien que tenga un poco de sensibilidad y sepa deslindar el trigo de la paja puede darse cuenta que el estudio del Rastro puede ayudar mucho a conocer la cultura de las clases populares madrileñas. Sólo por eso valía la pena que mi padre me despertara una mañana del verano de 1973 para decirme: *Jose, levántate, que hoy te toca ir al Rastro.*

Así llevo haciéndolo cada domingo desde hace ya muchos años. Donde quiera que estés, va por ti, Mariano.

NOTAS

1. R. Gómez de la Serna, **El Rastro**, Madrid, 2001, p. 23 (primera edición, Madrid, 1914).

2. Sobre el mercado de la carne existen ya magníficas investigaciones entre las que cabe destacar J. U. Bernardos, **No sólo de pan. Ganadería, abastecimiento y consumo de carne en Madrid (1450-1805)**, Tesis doctoral inédita, UAM, Madrid, 1997 y T. Prieto, **El abastecimiento en Madrid y el sistema de obligados (1560-1630)**, Tesis doctoral inédita, UCM, Madrid, 2003.