

El Mercado de Maravillas, en peligro

El Mercado de Maravillas no es solo el último gran mercado municipal de abastos tradicional que se mantiene vivo y que frecuentan a diario miles de madrileños como una referencia, por saber que en él pueden encontrar los mejores y más variados productos de alimentación. Es también un símbolo de Tetuán y un importante valor social y comercial del Distrito.

Desde la **Asociación Vecinal Cuatro Caminos Tetuán** percibimos el Plan Especial vigente y aprobado por el Ayuntamiento, consistente en remodelar todo el mercado (tirar todos los puestos y volverlos a construir) y añadir una planta dedicada a un gran operador comercial, un supermercado, como **una amenaza que acabaría con el mercado tal y como lo conocemos, con su alma, y también con su viabilidad económica**. En palabras del Ayuntamiento de Madrid, el objetivo del plan es "reinventar" el mercado.

Estas son las principales ideas que nos llevan a manifestarnos públicamente en defensa del Mercado de Maravillas y de sus comerciantes:

- 1- El modelo de un gran operador que imponga sus condiciones y que sirva de "imán de clientela" para los puestos pequeños es posible que tenga sentido para otros mercados cuya actividad era mortecina y habían perdido la capacidad de atraer clientela por sí solos. No es el caso del Maravillas, que, con su modelo tradicional y diverso, goza de un prestigio inmejorable no solo entre clientes del distrito, sino de toda la ciudad. El mercado es frecuentado a diario por miles de personas que vienen por su carácter único, por lo que un supermercado no aportaría valor alguno en ese sentido.
- 2- Se ha querido vender el canto de sirena de que el mercado está "viejo" y que si se actualiza (es decir, si se demuele y sustituye por puestos nuevos todos iguales) se convertirá en un punto de atracción para el turismo. La realidad es que el mercado, tal y como es, posee un potencial espectacular para ser disfrutado por visitantes que aprecien lo auténtico, no un Hollywood inventado. Una campaña inteligente para potenciar sus visitas (a 15 minutos de Sol en metro) podría introducir ese componente de clientela extra sin necesidad de eliminar lo existente e inventarse un nuevo concepto. Y de esta manera, se mantiene el cliente tradicional, al que le gusta el mercado como es y como ha sido durante décadas.

El mercado ha acometido recientemente importantes actuaciones para cumplir con aspectos tan críticos como la accesibilidad, que han sido costeadas por los propios comerciantes. Es por ello que necesitan que se impulse y se promocióne el mercado para hacer frente a ese notable gasto. No obstante, apostar por un plan cortoplacista que distorsiona de forma irreversible el carácter del Mercado es un grave error. En su lugar, el Ayuntamiento debe presentar iniciativas para dar a conocer a los madrileños y a los visitantes el mercado tal y como es.

- 3- El alma del Mercado es la red, frágil pero en permanente equilibrio, compuesta por la suma de pequeños comerciantes que ponen su esfuerzo y su trabajo diario y todas las personas que acuden

diariamente porque saben que lo que encontrarán en el Maravillas no lo van a encontrar en ningún otro lugar. Todos sabemos que, al cambiar las condiciones de explotación, e interrumpir durante meses (¿años?) la actividad por las obras, los eslabones más débiles de esa cadena no podrían aguantar, y que el resultado será otro mercado distinto, otro concepto. El que conocemos hoy funciona, fascina a quien lo ve por primera vez y hace que vuelva una y otra vez.

¿Qué garantías hay de que un nuevo concepto tenga el mismo tirón, si acaba siendo un clon de tantos y tantos otros mercados de Madrid que no pudieron o supieron conservar el modelo tradicional?

- 4- El mercado no está estancado en el tiempo, como se ha dicho los últimos meses en algún medio. Ha evolucionado y se ha adaptado conforme ha ido evolucionado la sociedad que lo rodea. La inclusión de puestos de distintas procedencias no ha hecho sino enriquecer aún más la oferta y actualizarla a la demanda real, al tiempo que sirve de excepcional espejo cultural de la gastronomía del Tetuán real, diverso y mixto.
- 5- También se ha vendido que el mercado recuperaría con esta operación el esplendor de su patrimonio arquitectónico con la reforma. Esto es un sinsentido, puesto que el plan consiste el conservar tan solo la fachada, modificando sus huecos para dar cabida a la nueva segunda planta, afectando a las características cristalerías de los techos, que arrojan luz natural a todo el mercado y que son parte importante de la imagen característica de su espacio comercial y de encuentro.

Además, quedan otras incógnitas, como qué pasaría con los interesantes suelos originales de terrazo "in situ" de la entrada, que representan artísticamente los logotipos comerciales del mercado y su año de construcción. No hay pistas de que el plan contemple conservar esos elementos de patrimonio histórico.

Por todo esto, los vecinos de Tetuán no nos resignamos a contemplar pasivamente cómo el Mercado Maravillas corre riesgo de desaparecer y a lamentarnos en voz baja una vez que haya ocurrido.

Queremos alzar la voz hoy dejar claro que queremos nuestro mercado, que el Ayuntamiento no debe dedicar nuevos esfuerzos a insistir en estropear lo que sí funciona, sino que debe plantear ahora un plan serio que responda a los problemas y necesidades del mercado, sin "sacarse de la manga" soluciones que priorizan al gran comercio frente al pequeño.

Es el momento de desterrar definitivamente este desastroso proyecto y urge enfocarse en un plan racional que detecte y cubra lo que necesita realmente el Mercado Maravillas para ser cada día mejor, más vivo, más rentable para sus comerciantes y aún más atractivo para la ciudadanía.

Madrid, 20 de diciembre de 2022