



“Mercado de Barceló”

Aurelio 2023

Almudena Grandes y el gran espectáculo de la vida en el Mercado de Barceló

Texto: Javier Casares

Ilustración: Aurelio del Pino

Almudena Grandes (Madrid, 1960-2021) fue una escritora con un gran impacto y reconocimiento social desde que publicó su primera novela, en 1989, *Las edades de Lulú*, galardonada con el XI Premio La Sonrisa Vertical de novela erótica, posteriormente llevada al cine.

Otras novelas con un gran éxito fueron *Te llamaré Viernes* (1991), *Malena es un nombre de tango* (1994), *Atlas de geografía humana* (1998), *Castillos de cartón* (2004), y *El corazón helado* (2007). La culminación de su carrera fueron las cinco novelas que forman sus *Episodios de una Guerra Interminable*,

que se inició con *Inés y la Alegría* (2010), continuada con *El lector de Julio Verne* (2012), *Las tres bodas de Manolita* (2013) y *Los pacientes del doctor García* (2017). La quinta entrega de la serie, *La madre de Frankenstein* (2020), está ubicada en la década de los 50.

Adaptada ampliamente al cine y al teatro, la obra de Almudena Grandes mereció, entre otros, el Premio de la Fundación Lara, el Premio de los Libreros de Madrid y el de los de Sevilla, el arzobispo Juan de San Clemente, el Rapallo Carige, el Prix Méditerranée, el Jean Monnet, el Premio de la Crítica de Madrid, el Premio Elena

Poniatowska, el Sor Juana Inés de la Cruz, y el Premio Nacional de Narrativa.

El texto de este Yacimiento Literario forma parte de la serie de artículos que Almudena Grandes, columnista habitual del diario *El País*, publicó en *El País Semanal* entre 1999 y 2002, bajo el título genérico Mercado de Barceló. Unos artículos en los que la autora utiliza siempre el espacio la vitalidad del mercado como soporte para contar historias de vida, en la que el propio Mercado de Barceló tiene un gran protagonismo propio.

En 2003 se publicó una primera edición de un libro con una selección de la serie de artículos, entre los que se ha seleccionado el yacimiento literario Área de influencia, que señala con notable claridad como un mercado se erige en configurador del paisaje de la zona de influencia. Como señala el texto “el mercado sale también de sí mismo para ejercer una autoridad simbólica sobre el comercio de los alrededores”.

También se hace referencia al comercio y los talleres más tradicionales vinculados con antiguos oficios en

los que la transmisión generacional es extremadamente complicada. Grandes aplica una mirada tornasolada de nostalgia y de paradojas sobre las consecuencias del progreso en el desenvolvimiento de la actividad comercial.

Hay que destacar que la zona de influencia penetra en el castizo barrio de Chamberí, en Madrid, pero también se acerca a las entrañas de la zona centro incluyendo la Gran Vía. La enorme discoteca que hay enfrente del mercado conserva los rescoldos sentimentales del cine Barceló en el que se proyectaban películas de estreno, aunque también tuvo etapas de jugosos programas dobles en plétórica competencia con todos los cines de la calle Fuencarral e, incluso, con el Quevedo, Cartago que se adentraban en la calle Bravo Murillo.

Todo ello en torno a un mercado cuyo edificio tradicional, al que hacen referencia los artículos de Almudena Grandes, fue derribado en 2010 para construir un nuevo conjunto de edificios con múltiples usos entre los que se ubica el nuevo Mercado de Barceló, inaugurado en 2014. ■

Mercado de Barceló. Almudena Grandes. Tusquets (2003)

Área de influencia

El mercado no termina allá donde sus puertas parecen sugerirlo. Como otros edificios grandes y singulares que se alzan con el protagonismo en sus respectivos barrios, él también ha ido configurando poco a poco su paisaje más inmediato hasta convertir las calles que lo rodean en una peculiar zona de influencia. Si las grandes estaciones ferroviarias hacen florecer hoteles y pensiones, si el Museo del Prado siembra tiendas de souvenirs y la Puerta del Sol despachos de lotería, mi mercado, aunque de horizontes mucho más modestos, sale también de sí mismo para ejercer una autoridad simbólica sobre el comercio de los alrededores.

El resultado haría las delicias de cualquier hipotético sociólogo empeñado en tipificar las necesidades y las aspiraciones del modelo de mujer consumidora de clase media, que puede abastecerse aquí de todo lo necesario para triunfar en su doble y acrisolada vertiente de ama de casa ejemplar y seductora congénita.

Las droguerías, las mercerías, las tintorerías, las ferreterías coexisten pacífica y provechosamente con las peluquerías, las tiendas de cosméticos y perfumes, las pequeñas joyerías y bisuterías, los gimnasios, y hasta un flamante local de bronceado por rayos UVA renovarse o morir-, que convertirían las oficinas bancarias en una excepción si no fuera por un pequeño y hermético sex-shop que acapara para sí mismo todos los grados de la rareza.

En este contexto, tan típicamente representativo de lo típicamente femenino -por eso el sociólogo al que he aludido antes es sólo hipotético, porque, descontando los rayos UVA, y los bombos y los platillos que han celebrado el comienzo del milenio de las mujeres, yo me temo que, por desgracia, no hay tantas cosas nuevas que tipificar-, subsisten algunos viejos negocios que no necesitan conservar la fachada ni el mobiliario original para hablar de otras épocas, otros modos de vida. Son reliquias de un tiempo ya remoto en el que cada cosa tenía su valor, y éste basta para que mereciera la pena repararlas cuando se

estropeaban. El taller de reparación de calzado sigue oliendo exactamente igual que en mi infancia, y perfuma la acera con el aroma delicioso y tóxico de un pegamento especial de color de caramelo.

Cerca sigue habiendo un cerrajero, y un local pequeño donde se enfilan collares, y otro que ofrece cremalleras de todas las variedades imaginables, y una modista que vuelve abrigos, arregla solapas, y ensancha o estrecha las costuras de cualquier prenda.

Todos ellos parecen aguantar el tirón, porque conservan como mínimo una clientela de la misma edad que sus propietarios, y sin embargo, su futuro, más que dudoso, es improbable. Cuando paso por delante de su puerta, recuerdo aquellos misteriosos cilindros de metal que vibraban mientras una especie de aguja manejada por dedos expertos trazaba diminutos círculos sobre una superficie de nailon transparente, y me pregunto si algún niño de los de ahora sería capaz de encontrar la solución de ese acertijo, cuando ni si-

quiera yo me acuerdo de en qué momento empecé a tirar las medias con carreras a la basura. La memoria de la máquina desaparecida me produce una extraña sensación de superviviente de un planeta extraño, e imprime un inquietante tono sepia a las fachadas de esos muertos en vida, las pequeñas tiendas y talleres condenados a subsistir apenas en futuros catálogos de exposiciones.

En resumen, un paseo por los alrededores del mercado también sirve para meditar sobre algunos paradójicos aspectos de la idea de progreso, un concepto que aquí, más que identificarse, llega a confundirse con el de consumo. Nada ha cambiado, pero todo ha cambiado, porque ha cambiado el valor de las cosas. Amas de casa ejemplares y seductoras congénitas, las propietarias del nuevo milenio atraviesan en masa las puertas de las tiendas de «Todo a cien» y arramblan con toda clase de objetos de mala calidad y precio fijo, que no llega ni siquiera a un euro. Y todavía se creen que están haciendo un buen negocio.