



# MERCADO CENTRAL. ZARAGOZA

El Mercado Central de Zaragoza, o Mercado de Lanuza según su denominación oficial, es un espacio arquitectónico y social emblemático en la capital aragonesa. Siendo Monumento Histórico Nacional desde 1978 y Bien de Interés Cultural desde 1982, su más preciado reconocimiento es ser reconocido como patrimonio material e inmaterial emblemático y simbólico en la ciudad.

Es un mercado de hierro, piedra y cristal diseñado en 1895 por el arquitecto de

origen aragonés Félix Navarro. En 1903 abrió sus puertas y desde entonces ha sido la referencia de oferta de alimentos frescos que siempre tuvo su ubicación en la plaza de Lanuza, a la que debe su sobrenombre, Mercado de Lanuza.

El mercado ha sido referencia de los productos de alimentación de las comarcas aragonesas desde su fundación. A día de hoy, está viviendo un profundo proceso de reforma para mejorar los elementos arquitectónicos y sociales

del mercado, incidiendo especialmente en un profundo reajuste de su significación comercial para la ciudad.

El proyecto que finalmente va a realizarse fue llevado a cabo con la participación de los colectivos y los expertos que constituyeron una comisión técnica para elegir la propuesta definitiva. El objetivo de la rehabilitación del Mercado Central se piensa como “una oportunidad para adecuar y dignificar una pieza clave de la ciudad, por su





valor patrimonial, histórico, turístico y comercial, contribuyendo al mismo tiempo a revitalizar el Casco Histórico". Tras años de dificultad ante la competencia comercial de grandes superficies y la transformación de las pautas de consumo de los vecinos fieles al mercado, la idea central es orientarse hacia "la comercialización y distribución de la huerta de Zaragoza y del producto agro ecológico, para garantizar la estabilidad en el empleo, sensibilizar a la ciudadanía sobre el consumo responsable o incorporar hábitos de alimentación saludable."

En este momento, existen 133 puestos que con la nueva disposición del mercado se transformarán en 80 puestos. La idea es ofertar productos de calidad pero accesibles a la población y no caer en un elitismo alimentario, necesario pero excluyente socialmente. Entre los productos que oferta el mercado destacan, por ejemplo, los huevos de corral de Poleñino, producidos en las comarcas de Huesca. Las gallinas productoras son alimentadas a base de "productos naturales, tales como el maíz, el trigo y la cebada que son cultivados en los mismos campos de la finca, garantizando la calidad de los mismos. Además, el aporte diario de raciones de fruta y verdura de temporada suponen el complemento ideal para conseguir una carne con un sabor excepcional". Estas carnes se adaptan a una de las recetas más reconocidas de la gastronomía aragonesa: el





pollo al chilindrón, con una salsa a base de pimiento rojo, tomate, cebolla y ajo.

La huerta aragonesa es excepcionalmente rica en productos como la alcachofa, el brócoli, la acelga y uno de sus productos más reconocidos: la borraja. Los puestos del mercado son especialistas en la comercialización de estos productos y su distribución a vecinos y restaurantes, lo que establece una conexión imprescindible entre productores, vecinos y hostelería.

Otro de los productos que se ofertan en los nuevos puestos del Mercado Central son los aceites del Bajo Aragón.

La interacción entre este tipo de comercio responsable en el eslabón de productores locales es muy importante. De hecho, esta relación está estimulando la puesta en cultivo y transformación de explotaciones productoras de frutas, como el melocotón, hacia la agricultura sustentable.

La labor del mercado en los últimos años ha sido muy sensible también a la difusión de la cultura de alimentación responsable de mercado. De hecho, el Mercado Central de Zaragoza es pieza fundamental del impulso global que el municipio está desarrollando. Por ejemplo, Zaragoza forma parte de la Red de Ciudades por la Agroecología. “Es un proyecto basado en el intercambio de información y experiencias. Se trabaja en la conversión de terrenos, en la información de productores, en redes de comercialización de productos de proximidad y, en general, en informar a la población”. Es en este contexto donde ha nacido la marca “Huerta de Zaragoza”.

En esta línea, el Mercado Central forma parte de los programas de sensibilización sobre culturas de mercado en los colegios. Es ésta una iniciativa imprescindible para transmitir a las generaciones más jóvenes esta cultura en la que el Mercado Central de Zaragoza está destinado a jugar un rol protagonista.

**Juan Ignacio Robles**  
*Profesor de Antropología Social*  
*Universidad Autónoma de Madrid.*

