



## Bronca en el Mercat de Sant Antoni

Ángel Fálder Rivero

**D**esde su fundación, hace cerca de siglo y medio, este mercado ha ido elevando lo que pudiéramos denominar su “nivel social”. La clientela inicial se componía de obreros manuales que diariamente acudían con su tartera a la “ciutat”. Hoy día predominan los oficinistas, empleados de tiendas y obreros cualificados que acuden al Mercado de San Antón muy temprano o muy tarde, realizando –a veces– compras masivas para llenar sus frigoríficos, en competencia con las cadenas de restaurantes.

El Mercat de Sant Antoni es generalmente un lugar bullicioso –sobre todo los domingos, en que se venden libros y se intercambian cromos, en vez de los géneros habituales–, pero en el fondo se trata de un paraje tranquilo. De vez en cuando surge alguna riña entre los vendedores y más frecuentemente cuando se trata de vendedoras porque éstas tienen el carácter muy vivo y a veces les hierve la sangre, aunque sea en las frías mañanas del otoño barcelonés. La festividad de Nadal marca la frontera entre dos situaciones mercantiles muy distintas. Poco antes de las celebraciones, los consumidores gastan alegremente el sueldo de diciembre,

la paga extraordinaria y –en algunos casos– anticipos sobre los meses venideros.

Después de Nadal estos mismos consumidores procuran restringir en gastos de comida lo que se han gastado de más en festejos, ropas y juguetes. Por ejemplo, existe un claro desplazamiento del consumo del pescado fresco hacia el congelado, de la *vedella* hacia el *porc*, de peras y manzanas hacia naranjas y plátanos...

### COMPRADORES DE CLASE MEDIA

Aunque inicialmente el *mercat* sirvió para abastecer al barrio obrero del Raval, la remodelación de Barcelona y la prosperidad económica de toda España han elevado el nivel de vida de los habitantes del *Eixample*, del Ensanche, quienes han pasado de ser pobres a gozar de una cierta prosperidad. Hace 50 años todos los salarios se iban en comida para la familia, pero actualmente sólo un porcentaje reducido de los sueldos se gasta en el *mercat* comprando alimentos perecederos.

### UN MERCADO BIEN DISEÑADO

El Mercat de Sant Antoni fue concebido por Ignasi Cerdá en 1859 como un lugar *obert* de encuentro ciudadano, pero al final quedó como un patio interior del cuadrilátero formado por *els carrers* Comte d'Urgell, Manso, Comte Borrell y Tamarit, aunque la apertura de cuatro chaflanes en los vértices del cuadrilátero han mejorado los accesos de los compradores al *mercat*.

Se ha objetado que resulta absurdo tener alimentos perecederos en un centro de expansión ciudadana, pero este argumento no es válido si se le compara con muchos centros comerciales existentes en Barcelona y otras ciudades.

La nave central del mercado alberga actualmente 180 *paradas* (puntos de venta) de alimentos distribuidas en bloques con criterios homogéneos (pescaderías, carnicerías, volatería, fruterías, verdulerías...). Esta disposición tiene sus ventajas y

sus inconvenientes; así los consumidores quedan bien orientados, pero surgen rivalidades, piques, dimes y diretes entre los vendedores.

En torno a la nave central existen 300 *paradas* en las que se venden géneros no comestibles, principalmente ropas. Estas *paradas* reciben el nombre colectivo de *els Encants* y constituyen un auténtico mercadillo cuyos orígenes se remontan al mercado existente primitivamente en el *poblat obrer del Raval*, junto a la vieja muralla de Barcelona.

Los viernes cierran las *paradas* alimentarias; los sábados, *els Encants*; y se instalan puestos donde se venden e intercambian cromos, cómics, fotos antiguas, programas viejos de cine, monedas... Los domingos el *mercat* se dedica tanto al libro nuevo como al de ocasión...

### BRONCA ENTRE LA DOLORS Y LA MONTSERRAT

La Dolors vende junto a su marido, ambos por cuenta propia, *peixos frescs* y la Montse, que es dependiente del dueño de su parada, vende *peixos congelats*. Entre ellas hay viejas rivalidades y *punxadas* (piques) sobre la calidad de sus respectivos géneros y por alguna que otra mirada de soslayo que la Montse –que es soltera– le suele echar a Josep, el marido de la Dolors, el cual es un hombre callado y discreto donde los haya.

El día en que tuvo lugar la mencionada bronca, la Montse estaba intratable. Le habían comunicado que el dueño del establecimiento pretendía cerrar la parada y vendérsela a un banco que estaba comprando –con vistas a la futura remodelación en 2009-2011 del Mercat de Sant Antoni– todos los derechos que los propietarios de *paradas* y *encants* le ofrecían.

### EL “DIÁLOGO” ENTRE AMBAS VENDEDORAS

—¿Por qué miras tanto al *meu Josep*?

—Porque, aunque tu vendes *peixos frescs*, ¡tienes *el teu marit congelat*!

- Yo vendo peces frescos porque son mejores que los congelados y mi marido está en activo, no está *congelat*; claro que como tú no tienes marido...
- No lo tengo, pero tampoco tengo “anisakis”, con lo que tanto mi *xicot* como yo estamos muy sanos...
- Menos mal que pronto van a vender tu parada y te vamos a perder de vista.
- Conque ya sabes que me quedo sin trabajo, mala pécora...

A partir de entonces ambas pescaderas dejaron de dirigirse la palabra. La Montse se quedó pronto en el paro y la Dolors, aunque echaba de menos las puyas de su ex amiga, siguió al pie del cañón. Ignasi, el novio de la Montse, quiso tomar cartas en el asunto, pero al final se impuso el sentido común y todo quedó en meros desplantes.

## UNA TRAGEDIA Y UN FINAL LÓGICO

Josep tuvo la desgracia de caerse en un socavón, de los muchos que se abren cada día en Barcelona, y tuvo que ser ingresado en el Hospital Provincial, con roturas en ambas piernas. A la Montse le faltó poco para pasarse por la

pescadería a fin de ver a la Dolors, decirle que lo sentía y ofrecerse para lo que hiciera falta. La Dolors vio el cielo abierto porque quien ha vendido pescado congelado sabría vender pescado fresco. Además, sus clientes conocían a la Montse y ésta conocía a todos los clientes de la Dolors.

El Hospital Provincial estaba muy bien dotado de instrumental médico-quirúrgico y quedaba relativamente cerca del *mercat*, pero la Dolors tenía que atender a la pescadería y a su marido. La Dolors vio el cielo abierto porque le resolvían sus problemas al menos hasta el verano.

El año 2009, la temida fecha, quedaba muy lejos y a lo mejor la remodelación del *Mercat de Sant Antoni* dejaría operativas algunas paradas, pese a la construcción de uno o varios supermercados que absorberían buena parte de los compradores habituales del *mercat*. En fin, era cuestión de tiempo, esperar acontecimientos y salvar el bache...

Con el tiempo, hasta seremos capaces de terminar la Sagrada Familia.

Ilustración: Pablo Moncloa



El mercado de referencia utilizado por el autor de este cuento es el **Mercat de Sant Antoni de Barcelona**.

---

### Nota del editor

*Este relato fue escrito por Ángel Fálder Rivero el pasado mes de mayo, cuando la enfermedad que acabó con su vida el 8 de septiembre había mermado ya seriamente su salud y su capacidad física; pero no su cabeza ni sus ganas de seguir trabajando, pensando, escribiendo. Me propuso escribir un cuento sobre el Mercat de Sant Antoni y dos días después lo recibí, escrito a mano, como era habitual en Ángel, y lo entregó firmado con un seudónimo, el de Carles Pons i Ribas. Fálder utilizó frecuentemente a lo largo de su vida profesional numerosos seudónimos para firmar sus escritos. Al principio, para intentar ocultar su nombre y no “enredar” con su tra-*

*bajo como funcionario. Después, con el paso de los años, era para él casi como un juego. De hecho, yo le conocí en los primeros años 80 como Augusto Arquero Mora, cuando escribía la información de mercados en la revista Actualidad Agraria, y en los últimos 25 años he sido cómplice de muchos de estos “ocultamientos”. La amistad y la admiración que he tenido siempre por la dimensión humana y profesional de Ángel Fálder me han animado a quebrar su voluntad y firmar este relato con su nombre, porque además con ello se demuestra que ha sido laborioso y trabajador hasta después de muerto.*

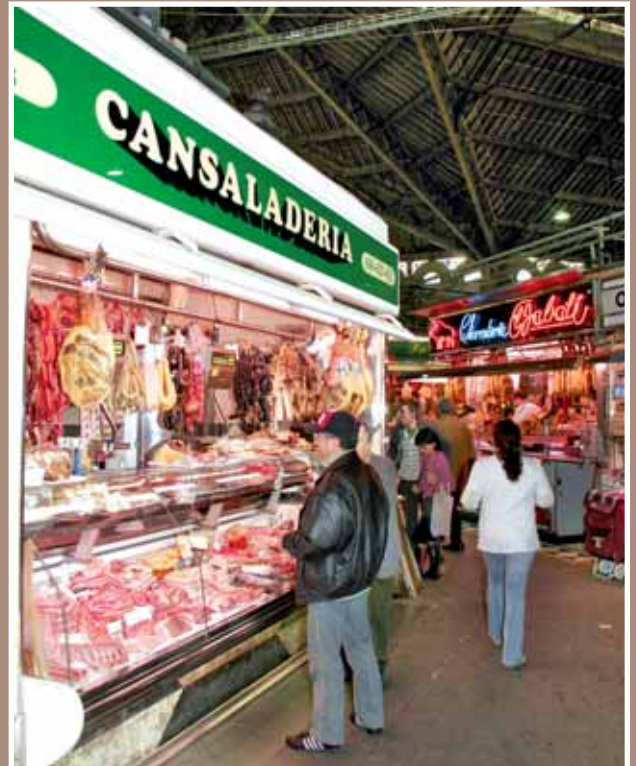
Ángel Juste





## MERCAT DE SANT ANTONI. BARCELONA

El Mercat de Sant Antoni es uno de los más emblemáticos de Barcelona y, junto con el del Born, es una muestra de la arquitectura urbana modernista de hierro de finales del siglo XIX. Inaugurado en septiembre de 1882, el mercado está situado en la frontera entre los barrios del Raval y el Eixample. Ocupa una gran isla entre bulevares y responde a la idea de *Ildefons Cerdà* de construir un mercado minorista en el entorno de la antigua puerta de Sant Antoni, ante la necesidad de dotar a esta zona de un centro de provisión y distribución comercial. Actualmente está compuesto por tres mercados en uno: un espacio (interior) dedicado a la venta de alimentación fresca (180 paradas de alimentación); los *Encants*, dedicados al comercio textil fundamentalmente (300 paradas), y un mercado de libros de ocasión los domingos por la mañana (sustituyendo al espacio ocupado por los *Encants*







entre semana), en el cual también se pueden encontrar revistas, fotografías, etc., y donde se desarrolla paralelamente todo un conjunto de prácticas de intercambio populares únicas en Barcelona, basadas en el trueque de cromos, pequeños objetos, dvds, etc., que reúnen los domingos a pequeños y mayores.

En el Mercat de Sant Antoni, la mayor parte de las paradas han ido siendo traspasadas en herencia de padres a hijos y contienen una rica historia familiar vinculada al mercado y a la historia de Barcelona en sus distintos períodos, algunos tan emblemáticos como la Segunda República o el período franquista.

Actualmente el mercado muestra las huellas del paso del tiempo y tiene algunas paradas







cerradas, por lo que a partir de 2009 está prevista una profunda remodelación que tiene como objetivo revitalizar el mercado más grande de Barcelona, adaptándolo a las nuevas pautas de consumo urbano. Las obras permitirán abrir al público los cuatro espacios interiores del recinto e integrar el mercado textil de los *Encants* en la cara externa del propio edificio, permitiendo la vista de la fachada de ladrillo y la estruc-

tura original de hierro, actualmente semio-culta.

A la transformación arquitectónica exterior se añadirá la construcción de tres plantas subterráneas que acogerán, respectivamente, un centro comercial de 8.000 metros cuadrados, un aparcamiento público de 320 plazas y una zona de carga y descarga con zona de almacenaje.

Estos cambios pretenden adaptar el mercado a los nuevos hábitos de consumo e introducirán las necesarias mejoras comerciales. Sin embargo, también suponen una trascendental prueba sobre la capacidad de regeneración generacional de los comerciantes del mercado, verdadero desafío del mercado de Sant Antoni; desafío generacional extensible a gran parte de los mercados y del pequeño comercio de toda España. ■

**Juan Ignacio Robles**

*Dpto. Antropología Social  
Universidad Autónoma Madrid*

**Elisenda Ardèvol**

*Dpto. Humanidades  
Universitat Oberta de Catalunya*

