



## MERCAT DE SANT ANTONI. BARCELONA

**E**l 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*