



MERCADOS DEL MUNDO

Mercado de agricultores “The Ferry Plaza”. San Francisco, California

Texto y fotos: ANTONIO MANUEL MARTÍNEZ SÁNCHEZ

“Not just any Farmers Market”. No es un mercado cualquiera. Bajo este llamativo emblema se presenta el mercado de agricultores “The Ferry Plaza”. Se trata de un emplazamiento operado por la organización sin ánimo de lucro CUESA (Center for Urban Education about Sustainable Agriculture) y no es el único mercado de esta organización cuya misión es la crear un sistema alimentario más saludable, a saber, CUESA opera dos mercados semanales más distribuidos a lo largo de la ciudad: “Jack London Square Farmers Market” los domingos, y el mercado “Mission Community Market” el jueves de 4 a 8 de la tarde.

The Ferry Plaza se localiza a las puertas de uno de los edificios más emblemáticos de la ciudad, “The Ferry Building”. La integración entre estas dos organizaciones se complementa en una perfecta sintonía, pareciese que el edificio y el mercado hubieran estado conectados toda la vida, pero lo cierto es que el proyecto tal y como lo conocemos nació en 2003, al amparo de una larga tradición de cultura culinaria, perfecta ubicación y como no, conexiones originadas debido al azar del destino.

La ciudad de San Francisco tiene en su identidad el comercio y la multiculturalidad de sus habitantes tanto de Europa, Asia y Latinoamérica. Las personas recién llegadas de diferentes partes del mundo se instalaron en esta ciudad costera y trajeron consigo sus recuerdos, sus costumbres y como no, su comida.

La fértil tierra de California ayudó a crear una vibrante economía agrícola. En primer lugar, se estableció como una agricultura alternativa, orgánica y de cultivos especializados, en tanto que en los 70 y 80, existía un movimiento enfocado en la sostenibilidad, salubridad y bienestar de los animales, existiendo iniciativas y proyectos como el de la “granja al restaurante” organizado por los “chefs” de la bahía de San Francisco. El término de “Californian cuisine” es un movimiento que surgió en torno a la creación de una cocina fusión, única y que utiliza ingredientes frescos, de temporada y basados en la cercanía con el granjero y agricultor. Para ello, las ciudades jugaban un papel vertebrador de esta ecuación y los mercados públicos, la mejor manera de revitalizarlas.

Durante más de un siglo, "The Ferry Building" fue el orgullo de la ciudad de San Francisco y su puerta de entrada por mar. El edificio, sin embargo, pasó a un segundo plano una vez construida una autovía que pasaba por uno de sus costados. En 1989, uno de los terremotos más devastadores que acacieron en la ciudad, Loma Prieta, logró en minutos lo que no se había logrado en años de debate público. A partir de entonces, la opinión pública derivó su reflexión hacia la mejor manera de reutilizar el espacio público creado a raíz de la demolición de la autovía. El edificio "The Ferry" volvía a ocupar el espacio antaño perdido.

The Ferry Plaza Farmers 'Market fue operado por una organización de nueva creación, la San Francisco Public Market Collaborative.

Bajo esta premisa se inició una ardua tarea de establecer las conexiones necesarias para la creación y realización del primer mercado de agricultores en el Ferry Building. En mayo de 1993, el mercado de agricultores Ferry Plaza abrió sus puertas como el tercer mercado de agricultores certificado como tal por la ciudad.

Garantizar el éxito del mercado era el primer punto importante y para ello se desarrollaron una serie de eventos con el fin de atraer a un público más diverso y con más poder adquisitivo. Degustaciones, música en vivo, actividades para mantener a los niños ocupados son hoy día acciones desarrolladas con normalidad, aunque a principios de los 90, eran una novedad importante. Gracias a la demanda que tuvo el mercado, se descartó cerrar para la temporada baja y el mercado comenzó a operar todo el año.

En tan solo dos años, el mercado se convirtió en el lugar más importante de la ciudad para estar un sábado por la mañana. Los compradores esporádicos se convirtieron en fieles embajadores del mercado y en expertos agrícolas, siendo grandes conocedores de las diferentes variedades de frutas y verduras de temporada que se ofertaban. Lugar para presumir con los invitados que venían de paseo y punto de encuentro para cualquier político que quisiera mezclarse con sus conciudadanos.

A finales de los 90 era difícil encontrar voces que clamaban la bondad del desarrollo de una agricultura más sostenible. Para aquel entonces, y de cara a convertirse en un mercado referente, la junta organizó la creación de una organización hermana a la existente cuyo nombre refleja el motivo de su creación, el Centro de Educación Urbana sobre Agricultura Sostenible (CUESA). En el año 2000, CUESA se convirtió en la organización principal del mercado.

Una vez más, la diferenciación en torno a la creación de actividades, exhibiciones y demostraciones fueron las que garantizaron la prosperidad del mercado. "Shop with the Chef", degustación culinaria organizada por un chef local y cuya base principal de ingredientes son los encontrados en el mercado. "Meet the Producer" y la estrategia "About my farm" tuvieron como significado el acercamiento de las técnicas agrícolas, de los procedimientos y del saber-hacer del productor al consumidor. "Market cooking for kids" consiguió crear actividades lúdi-



cas, clases de cocina y horticultura para los niños mientras los padres compraban y se divertían en el mercado.

En 1999 el puerto de San Francisco comenzó la puesta en marcha de un conjunto de ideas que incluyeran un renovado Ferry Building, un mercado público y espacios comerciales. El mercado tal y como lo conocemos hoy es fruto de ese esfuerzo, quedando inaugurado en la primavera del año 2003.

En la actualidad, el mercado de agricultores continua como referente de la cultura culinaria local. Cada martes, jueves y sábado alrededor de 40.000 personas acuden a realizar su compra semanal o simplemente a degustar los distintos productos que se preparan en el momento por más de 100 vendedores.

Tal es el caso de empresas como "Happy Quail Farms" que introdujo en California el pimiento de padrón proveniente de España en el año 2001. En 1978, David y Karin se mudaron de Miami a la bahía con la intención de continuar como agricultores y emprender en una nueva tierra. Hoy día esta empresa se ha convertido en un referente dentro de las pequeñas granjas artesanales cuyos cultivos se caracterizan por su adaptación al ecosistema, la utilización de pesticidas naturales y orgánicos, y el uso de vehículos eléctricos para sus viajes al mercado.

La granja de la familia Marshall produce miel a través de técnicas de extracción artesanales. Ya quedan atrás los años en que este negocio era un pasatiempo familiar. Hoy día es una empresa cuyo objetivo es el de producir miel de excelente calidad, bajo técnicas de recolección artesanales que convierten a cada frasco en único y auténtico. En el caso de la familia Bariani cuando se mudaron a California procedentes del norte de Italia no dudaron en continuar con la tradición de preparar su propio aceite de oliva. Muy pronto la familia vio un nicho de mercado que aprovecharon para establecer su propia empresa de aceite de oliva. Lo característico de su aceite de oliva virgen extra radica en el control exhaustivo que la familia Bariani aplica a la hora de cultivar los olivos, extraer el aceite y, finalmente, comercializarlo. El vivero de flores y plantas provenientes de la familia McGinnis se encuentra en proceso de transición hacia la producción totalmente orgánica. La fertilidad del suelo se consigue con el uso de técnicas de rotación de cultivos, compostajes naturales, y la utilización de insectos como pesticidas naturales.

La diversificación de la oferta que se encuentra en el mercado es una viva representación de lo que el consumidor demanda hoy día, a saber, bebidas a base de almendras, miso, kombucha, café orgánico y un largo etcétera de frutas y verduras producidas localmente y con especificaciones únicas.

Los servicios que ofrece el mercado no se quedan atrás, destacando el "Veggie Valet", lugar donde dejar las compras realizadas en caso de que la visita al mercado no sea la última parada, programas de fidelización bajo el nombre de "Seasonal Shopper Rewards Program", a través de los que se pueden obtener grandes beneficios al convertirse en comprador habitual del mercado. Otros servicios que ofrece "The

La diversificación de la oferta que se encuentra en el mercado es una viva representación de lo que el consumidor demanda hoy día, a saber, bebidas a base de almendras, miso, kombucha, café orgánico y un largo etcétera de frutas y verduras producidas localmente y con especificaciones únicas

Ferry Farmers Market" incluyen el pago con tarjeta de crédito, programas educacionales, visitas grupales, y un servicio exclusivo para los restaurantes que facilita la compra y la experiencia personalizada.

Para la directora de comunicación de CUESA, Brie Mazurek, el mercado "The Ferry Plaza" tiene un sentido vocacional que escapa de lo tradicional y establecido. CUESA tiene un claro objetivo de empoderamiento de la comunidad a través de la cultura culinaria, y para ello utiliza cada rincón de sus merca-





dos de agricultores como espacios educativos. Por ejemplo, anualmente se celebran unos programas juveniles gratuitos que conectan a más de 2.500 niños de la comunidad con la naturaleza, los alimentos frescos, frutas y verduras, así como el conocimiento y las habilidades necesarias para el desarrollo de su importancia. Estas actividades marcan la pauta a seguir para otros mercados a nivel nacional y es que el liderazgo de CUESA como organización es indiscutible.

Cerca de 300 restaurantes de la ciudad y miles de turistas y compradores se acercan al mercado cada semana, creando un entorno vibrante, colorido y cargado de novedades. No es tan fácil encontrar emplazamientos únicos con valores que incluyen la viabilidad de los pequeños productores agrícolas, la inversión constante en prácticas comerciales sostenibles, orgánicas y socialmente responsables, así como la provisión de semanal de frutas y verduras, proporcionando con mayúsculas un servicio público que es vital para la salud de las comunidades urbanas y rurales del entorno de la bahía y de la propia ciudad de San Francisco.

Agradecimiento a CUESA por su hospitalidad y en especial a Brie Mazurek, su directora de comunicación, por la entrevista. ■

Información de interés

■ <https://cuesa.org/>

■ <https://www.ferrybuildingmarketplace.com/farmers-market/>

