

MERCADO CENTRAL DE ALICANTE



El Mercado Central de Alicante ocupa un edificio proyectado en 1915 por el arquitecto Francisco Fajardo Guardiola, escenificando un estilo modernista en pleno centro de la ciudad. Fue, sin embargo, su compañero Juan Vidal Ramos quien tendría el honor de ver abrir por primera vez las puertas del mercado en 1921. Arquitectónicamente destaca la cubierta superior del edificio, filtrando la luz natural de un cielo mediterráneo luminoso sobre la superficie de venta de unos 11.000 metros cuadrados, en los que se agrupan cerca de 300 puestos.

El mercado es de titularidad municipal, pero la gestión corre a cargo de la Asociación de Comerciantes Concesionarios. Ellos y ellas son depositarios de la memoria de la ciudad, y no solamente de la gastronómica; durante los casi cien años de historia, el mercado ha vivido momentos que están grabados en el imaginario colectivo de la ciudadanía alicantina.

De hecho, hace unos meses se conmemoraba con emoción, tristeza, pero también orgullo, el suceso acaecido el 25 de mayo de 1938, en plena Guerra Civil, cuando el Mercado Central y otros puntos de la ciudad fueron bombardeados por la aviación fascista italiana procedente de Mallorca. El número de víctimas se calcula que llegó a más de trescientas personas, entre ellas muchos niños, que fallecieron mientras llenaban una exigua cesta de la compra de alimentos frescos en un momento de especial carestía en la ciudad.

Según los autores del libro "La aviación fascista y el bombardeo del 25



de mayo de Alicante”, el catedrático de Historia Contemporánea de la Universidad de Alicante (UA) Roque Moreno y el profesor y funcionario de en la Dirección de la Gestión del Patrimonio Cultural de Alicante Pablo Rosser, “el ataque fue totalmente planificado con el objetivo de minar la moral de la población y causar el mayor número de víctimas”. Según los autores, “parece que se propagó en la ciudad el rumor de que había sardina fresca y alcachofa de la Vega Baja en el mercado, lo que hizo que hubiera más gente esa mañana fatídica en el Mercado Central”.

Este tipo de acontecimientos han convertido al Mercado Central en referente identitario, social y comercial de la ciudad de Alicante, haciéndole merecedor de la calificación de Bien de Relevancia Local, con un grado de protección integral.

El desafío actual para los comerciantes del mercado es hacer convivir esta historia vivida con la realidad comercial y social actual. Por ejemplo, la Asociación de Comerciantes desea integrar negocios del tipo “gastrobar” en el universo comercial del mercado, e incluso permitir la instalación de sencillos sistemas

de cocina y planchas que permitan la degustación “in situ” de algunos de los productos de alimentación fresca que ofertan los comerciantes. Es una estrategia que busca atraer al público joven que se acerca al mercado los fines de semana, sobre todo los sábados, ofreciendo alternativas de ocio y consumo de alimentación de calidad en un espacio histórico, emblemático y convivial.

Paralelamente, es una forma de integrar y ofrecer un producto de degustación al creciente número de visitantes y turistas que entran en el mercado; son personas que lo recorren, fotogra-





fían, pero... No hacen compra alguna o muy escasa, suelen salir con las manos vacías. En cambio, si los comerciantes pueden ofrecer degustación de sus productos en sus puestos, el público de paso, turistas entre ellos, no solamente disfruta de un servicio que desea, sino que además hace un gasto en el mercado, una compra de "comensalidad inmediata", digamos.

Pues bien, los comerciantes se encuentran con un obstáculo normativo: la protección integral del edificio no permite los artefactos necesarios para la salida y evacuación de los humos que producirían estas mini-cocinas. En la actualidad, el presidente de la Asociación de Comerciantes del Mercado Central, José Valenzuela, está negociando con la administración municipal una alternativa que permita el desarrollo consensuado y respetuoso de esta posibilidad. Según técnicos del Ayuntamiento se podrían colocar campanas extractoras que funcionan con sistemas de re-circulación de aire a través de filtros de carbón activo que mantienen el ambiente limpio y saludable.

Todos parecen conscientes de que reforzar los pilares comerciales de un mercado tan significado tiene que encontrar los caminos adecuados para convivir con la protección que merece como tesoro de la memoria colectiva de Alicante. Un mercado vivo es su mejor reconocimiento y razón de ser.

Encarar este tipo de desafíos es imprescindible y necesario, ya que en la actualidad el mercado tiene una clientela cada vez de mayor edad residente en los barrios del centro de Alicante -San Blas, Altozano- y que tienen una capacidad de compra y consumo cada vez menor, una vez que los hijos abandonaron el hogar para formar sus propias unidades domésticas a las afueras de la ciudad.

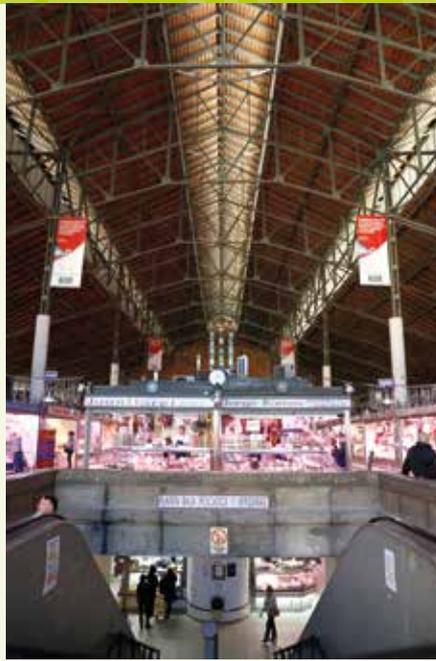
Es lo fundamental de la clientela del mercado de lunes a viernes, junto

con la clientela todavía esencial de restaurantes que siguen fieles e incluso redescubren la ventaja comparativa que supone etiquetar su oferta con "productos del mercado", que mayoritariamente proceden de Mercalicante.

El mercado goza de buena salud gracias a la calidad de los productos que atesoran los puestos de los comerciantes y a pesar de la amplitud del espacio y la gran dimensión y número de puestos. El mercado se distribuye en dos plantas; la inferior está dedicada casi en su totalidad al pescado; Alicante es una puerta del Mediterráneo, por tanto, el género es abundante y de calidad. En la planta superior hay más variedad de gremios, si bien, frutas, verduras y carnes son predominantes. La conexión entre ambas plantas es funcional y cómoda a través de las escaleras mecánicas que facilitan la movilidad.

El gremio de pescadería es, como decimos, uno de los emblemáticos del Mercado Central. Alicante, a orillas del Mediterráneo, hace valer la variedad y riqueza del pescado de bahía, que es como se denomina al pescado y marisco de costa en la ciudad alicantina. El pescado de bahía llega procedente principalmente de las lonjas cercanas: Alicante, Santa Pola, Villajoyosa. De entre los pescados y mariscos de bahía, destacan la pescadillita, los sepionets, el boquerón y, sobre todo, el salmónete o lenguado.

La profesionalidad de las y los pescaderos del Mercado Central ayuda a elegir las variedades que mejor se adaptan a nuestro gusto y bolsillo. Por ejemplo, para saber diferenciar el salmónete de roca del de arena. El de roca tiene un color más intenso y su sabor es más fuerte; más suave y liviano el salmónete de arena. La frescura del pescado, según el buen saber de los pescaderos, no se mide tanto por el color de las agallas del pez, sino por la posición de los ojos: Cuanto más saltones son, ma-



yor fresca del pescado. Otro de los productos estrella de los pescados de bahía en Alicante, es la cañailla; si están frescas, necesariamente han de tener leves movimientos. En fin, todo un arte...

Otro de los gremios con importante presencia en el mercado es el de carnes y embutidos. La calidad es el signo distintivo nuevamente. La potenciación de los productos y productores de cercanía, de la tierra, es otro de los valores destacados. Por ejemplo, uno de los productos estrella es el "cabrito de secano". Es una carne procedente de un tipo de cabra autóctona que vive en las tierras secas del interior de la provincia; lo agreste y sobrio del terreno hace que las cabras apenas acumulen grasas. La alimentación basada íntegramente en la vegetación aromática de las sierras del interior: tomillo, romero, hace una carne de sabores intensos e inconfundibles. Es una raza de cabra que entronca directamente con la cabra blanca celtibérica propia de las sierras de Alicante, Murcia y sierras de Segura y la Alpujarra andaluza; el Mercado Central es uno de los pocos espacios comerciales de la provincia de Alicante, donde puede encontrarse este producto, casi ar-

tesanal. Destacan también el conejo de Cox o el pollo de Aspe.

Los carniceros se proveen directamente en los mataderos cercanos a los lugares de cría, como por ejemplo el matadero de carne de cordero de la localidad de Orihuela. Entre las carnicerías destacan también las que ofrecen productos de ternera de máxima calidad, como las procedentes del valle leonés de Esla. Variedad y calidad es marca del Mercado Central.

Por su parte, el gremio de frutas y hortalizas es un espectáculo de calidad, color, aromas... El Mercado Central es el destino natural de los productos procedentes de la llamada "huerta de Alicante", que engloba históricamente los campos de Alicante, el Bajo Vinalopó y Guadamar del Segura (Bajo Segura). Todas estas tierras son regadas por el río Monnegre, que nace en la sierra de Onil. La presa, en la parte alta del río, dio lugar al pantano de Tibi; con una altura de más de 40 metros de altura, la presa fue construida en el siglo XVI, imaginense, en tiempos de Felipe II, y fue durante décadas la más alta y destacada de las comarcas agrarias europeas. A día de hoy, el municipio que sigue representando la calidad histórica de la huerta

alicantina es Muchamiel. Entre los productos estrella, sin duda, se sitúa el tomate de Muxamiel. El Mercado Central es, a día de hoy, uno de los mostradores de la huerta alicantina.

En este caso, Mercalicante, es el eslabón necesario de conexión entre productores y comerciantes del mercado. En plena evolución y adaptación a los nuevos tiempos y sensibilidades, aparece la Nave III destinada a productores de cercanía. Complemento de la oferta global que ya venía ofreciendo a minoristas, restaurantes, etc.

Como decíamos al principio, la estrategia principal de la Asociación de Comerciantes Concesionarios del Mercado es diversificar la oferta integrando nuevos establecimientos de calidad que representen lo mejor de la oferta alimentaria de la ciudad. En los últimos años han abierto puestos especializados, en cafés del mundo y productos de comercio justo, pasta fresca, variedades y frutos secos, vinoteca, cooperativas de aceites de calidad, etc.

Todo ello, en el marco de la implantación de una oferta equilibrada de gastrobares que convivan con los puestos de alimentación. Son cinco gastrobares en total, entre los que

destacan el restaurante de sushi japonés. Su éxito es tal que cuenta con una lista de espera de días. La interacción con los valores que representa el mercado son elementos esenciales de su éxito.

El concepto del gastrobar en el Mercado Central de Alicante, no es solamente una moda compartida con otros mercados españoles. Al contrario, la Asociación de comerciantes necesitaba desplazar la práctica tan alicantina del tardeo (tapeo en la plaza aledaña al mercado), hacia el interior del propio mercado. El objetivo era y es atraer hacia dentro, al público joven; que desconoce en gran medida las pautas de las culturas de compra de los mercados municipales.

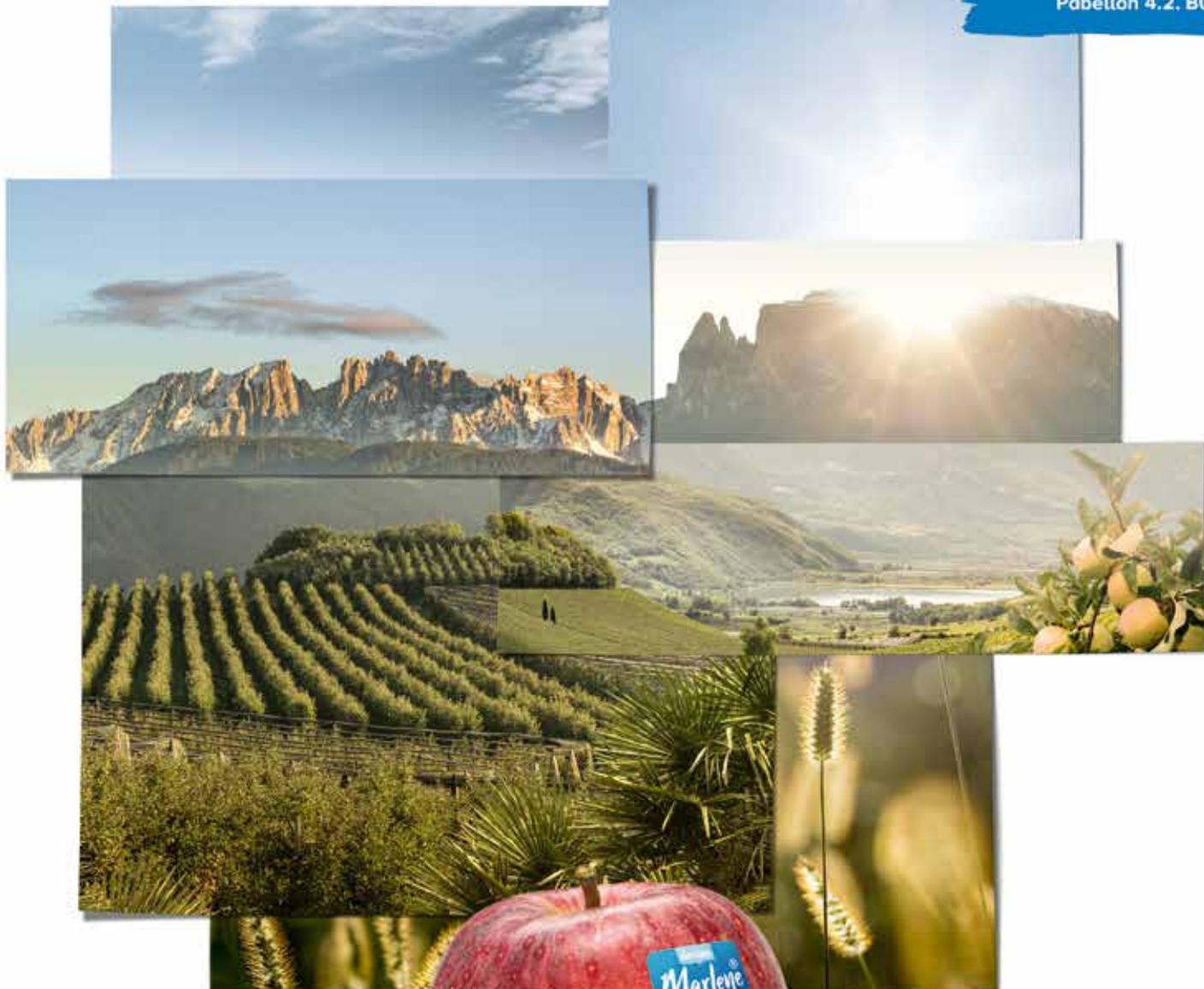
En este mismo sentido, los comerciantes han puesto en marcha actividades destinadas a los escolares de la ciudad. Cada vez más colegios programan visitas guiadas al Mercado Central para conocer la variedad de productos de la tierra y el mar de Alicante. Posteriormente los niños y niñas cocinan los productos que han recogido, en una pequeña cocina habilitada en la planta baja del mercado, junto a comerciantes, profesores y cocineros. A través del juego, del acompañamiento, de la actividad, los niños y niñas se acercan a una parte de la cultura que atesora su ciudad, en el mercado.

Pues estas son algunas de las pinceladas que dibujan el cuadro de este maravilloso espacio social y comercial. El Mercado Central de Alicante es una isla de identidad emblemática de la ciudad, que encuentra su sitio real y claramente reconocible en este contexto global, en el que toca ofrecerse al mundo, sin dejar de ser el mercado popular de toda la población de Alicante.

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



Visítanos en
FRUIT LOGISTICA
06. - 08.02.2019
Pabellón 4.2. B09



Soy Marlene®

HIJA DE LOS ALPES

Están las manzanas. Y después está Marlene®, hija de los Alpes. Su madre es la luz del sol, su padre el monte, su cuna el Alto Adige/Südtirol. Las dos mil horas de sol al año y las sensibles variaciones de temperatura entre el día y la noche aseguran el gusto único que Marlene® ofrece al paladar. Marlene® estará muy pronto en boca de todos; el porqué te lo dice ella misma en

marlene.it  marlene.suedtiroel



SALÓN DE INNOVACIÓN
EN HOSTELERÍA

MÁLAGA
4 / 5 / 6
FEB 2019

PALACIO
DE FERIAS
Y CONGRESOS
DE MÁLAGA

HOTELERÍA

GASTRONOMÍA

SERVICIOS

ENOLOGÍA

La mejor plataforma de negocio
para el canal HORECA.