



## MERCADO CENTRAL. CASTELLÓN

El mercado Central de Castellón se inauguró en diciembre de 1949, en pleno centro de la ciudad. En la plaza del Ayuntamiento, en el espacio diáfano donde durante décadas se desarrollaron actividades de intercambio de productos de alimentación, la plaza de la pescadería, la plaza Vieja. El mercado ocupa en la actualidad el espacio orgánico que los vecinos, a través de su “licencia ciudadana” le otorgó de forma natural a lo largo de los años.

El mercado de Castellón asume el rol, es y quiere ser el “buque insignia” del pequeño comercio que vertebró de forma horizontal y respetuosa con la historia de la ciudad, el espacio del Centro de Castellón. Su asociación de comerciantes, legitimada y reconocida a partir de 1989, lo tiene integrado en su discurso y en su función económica y social. Frente a otros, su rueda teje diariamente la vida ciudadana del centro de Castellón.

Uno de los hilos conductores del mercado Central es el que le une con el mar. A menos de cinco kilómetros del Grao de Castellón, las veinte pescaderías del mercado se proveen diariamente del pescado de la lonja. Son el gremio de referencia. De hecho, en el Grao se instaló hace unos años un espacio de venta de pescado que tuvo que cerrar ante la evidencia que los castellonenses, tanto de la ciudad como de las comarcas aleda-



ñas, preferían seguir adquiriendo su pescado fresco en los comercios del mercado Central.

No es de extrañar, ya que algunos de los/as jóvenes pescaderos/as que han asumido la concesión de sus puestos representan hasta la cuarta generación en el mercado. Esta joven veteranía que va asegurando el relevo generacional está en la base de la confianza que generan en la clientela. Su conocimiento del delicado producto del mar que manejan es exquisito. La venta de la escorpa, pescado de roca utilizado en el caldero típico de Castellón, es uno de los ejemplos. Otro pescado bien conocido por estos especialistas es el San Pedro, exquisito pez blanco, de carne blanca muy fina y suave. Su manejo exige un conocimiento riguroso en cada eslabón de la cadena; desde su captura en el mar; pasando por el corte, limpieza y despiece en las pescaderías del mercado, para ponerlo a punto en manos de unas pocas manos capaces de darle el punto de cocina adecuado, solamente al alcance de algunos pocos restauradores.



Por ello, la gerencia y asociación de comerciantes del mercado Central colaboran desde hace años con algunos de los mejores cocineros de Castellón. La idea es institucionalizar esta relación y abrir espacios de degustación y cocina en el propio mercado. Con el cuidado de mantener la venta de alimentación fresca como núcleo de la actividad comercial. La relación mercado-restauración se extenderá para dar lugar a un “proceso de certificación” liderado por el propio mercado. El objetivo es reconocer aquellos restaurantes del centro de Castellón que quieran sumar la etiqueta de “cocina de mercado”. Lo interesante es que el proceso nace de la iniciativa del propio mercado Central en interacción con la Asociación de Comerciantes del centro de Castellón.



Esta iniciativa forma parte del impulso del mercado por atraer a un pú-



blico joven, dado que la edad de la población de los barrios del centro, que sustentan la venta presencial semanal, no ha hecho sino aumentar. Castellón se encuentra en el ciclo demográfico centrífugo, en el cual, la población joven autóctona ha ido a vivir a los barrios residenciales de la periferia y municipios costeros aledaños. La población del centro va envejeciendo y la residencialización protagonizada por población de origen migrante, procedente fundamentalmente del Magreb y Rumanía no incide en el mercado, a pesar de los ensayos por integrar puestos y comerciantes de las nacionalidades residentes.

Por ello, anticipando las tendencias que se confirmaría en las dos décadas siguientes, ya en la remodelación de 1985 se potenció la construcción del parking subterráneo que ha facilitado, con el tiempo, la vuelta paulatina de la población joven que vive en la periferia. Una población que socializó sus hábitos de consumo en el centro, y en su mercado. A día de hoy, el mercado ofrece la primera hora de parking gratuita a los clientes que efectúen compra en el mercado. El recuento de las miles de horas repartidas a lo largo de la semana indica el éxito de la operación.

En todo caso, el mercado entiende también el papel que juega a la hora de promover un modelo identificado con los valores de la sustentabilidad, por lo que las conexiones de transporte público han sido también reforzadas, en dos direcciones más que significativas: hacia el universo que representa la universidad Jaume I, y hacia los municipios costeros que reciben el turismo de temporada, Oropesa, Benicassim, Peñíscola, y donde también reside, como ya hemos indicado, una parte de la población joven de Castellón. A esto se suman las continuas campañas de promoción del mercado Central en los colegios y en la próxima universidad de Castellón, Jaume I. Son campañas que



parten de la visita a la plaza Mayor de Castellón. Es una promoción de lo saludable, que pone en relación la alimentación fresca que representa el mercado y la convivialidad social identificada con la puesta en valor de la historia colectiva de la ciudad y sus espacios comunes.

Otro de los gremios que representa esta relación es el de frutas y hortalizas. Toda una ruta del sabor, promocionada por el propio mercado, que incluye alcachofas de Benicarló, cítricos de producción propia, tomates de la huerta castellanense, ecológicas. Cada vez más, los comerciantes bus-

can en el mercado la identificación con los productos de cercanía y la promoción de las marcas autóctonas. Destacan los quesos manchegos puros de oveja, y sobre todo los de la provincia de Castellón, de oveja y cabra curados. Quesos de Almazora. Sin olvidar los frescos del día, requesón y cuajada.

Las carnes que destacan son las autóctonas del cordero. También los embutidos. Muchos de los 14 puestos de carnes elaboran artesanalmente sus embutidos o promocionan los productos de calidad de las comarcas de cercanía: sobrasadas

de Morella, artesanos de Benlloch, jamones de la colindante Teruel. Uno de los productos propios que podemos encontrar en estos comercios de carnes es la "pelota de navidad": una gran albóndiga de carne picada preparada con canela, perejil, piñones, hierbabuena, manteca de cerdo y especias. Cada charcutero y carnicería añade su toque propio. Estas pelotas, típicas de navidad, pero que se consumen a lo largo del año, sirven también para preparar las paellas típicas de Castellón, entre otros platos de la gastronomía castellanense autóctona.



Son tesoros de la naturaleza castellanense amasados, como las rosquilletas artesanas de las panaderías, por unas manos que acumulan el conocimiento de sus productores y comerciantes. Este registro material que ha pasado de generación en generación como patrimonio inmaterial, busca y necesita hoy también transmitirse de forma virtual. Por ello la gerencia del mercado está ensayando ya las nuevas aplicaciones móviles, apps, que vincularán a cada comerciante del mercado con su clientela particular.

En conclusión, el mercado Central de Castellón no es un operador más, ni un operador cualquiera, es el “operador tejedor” que todos deseamos para dar vida a nuestros barrios.

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





# fruit attraction

FERIA INTERNACIONAL DEL SECTOR DE FRUTAS Y HORTALIZAS

18-20  
OCTUBRE  
2017

MADRID-ESPAÑA

ORGANIZAN



## THE MUST-ATTEND EVENT WHERE FRESH PRODUCE MEETS WORLWIDE TRADERS

### CALIDAD · DIVERSIDAD · INNOVACIÓN · CONOCIMIENTO

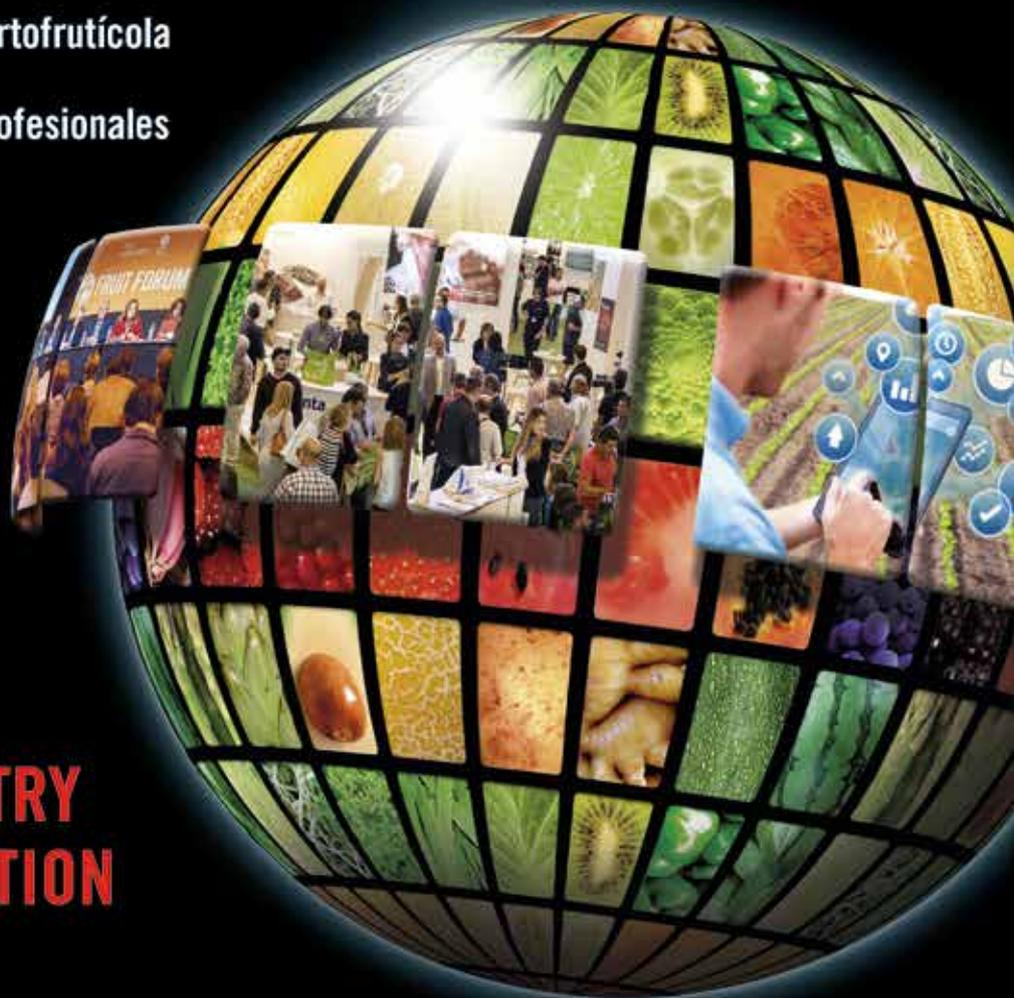
+ 45.000 m<sup>2</sup> Oferta Hortofrutícola

+ 60.000 Visitantes Profesionales de 110 Países

+ 1.500 Empresas Expositoras

+ 200 Expertos y Ponentes Internacionales

## MEET THE FRESH PRODUCE INDUSTRY AT FRUIT ATTRACTION



Adquiera su pase ahora

NOS VEMOS EN:

[www.fruitattraction.ifema.es](http://www.fruitattraction.ifema.es)  
f [facebook.com/fruitattraction](https://www.facebook.com/fruitattraction) @FruitAttraction  
#FruitAttraction2017

IFEMA FERIA DE MADRID  
902 22 15 15 3  
(+34) 91 722 30 00  
[fruitattraction@ifema.es](mailto:fruitattraction@ifema.es)

**MAC**  
**fruit attraction**  
THE WORLD'S INTERNATIONAL FRESH PRODUCE TRADE SHOW BRAND  
CHINA · SHANGHAI · 22-24 NOV. 2017

# meat attraction

LA FERIA DEL SECTOR CÁRNICO

18 a 20  
octubre  
2017  
MADRID

ORGANIZAN:



[www.meatattraction.ifema.es](http://www.meatattraction.ifema.es)

IFEMA - Feria de Madrid  
Tel. 902 22 15 15 · (+34) 91 722 30 00  
meatattraction@ifema.es