

PACO ALONSO

La cultura del

margacido





Capítulo 1

El mercado de mercados

▼ Mercado Central de Valencia durante las obras de su entorno.



La esencia de la cultura del mercado no es algo fácil de definir ni de encontrar, pero, si hay un lugar por donde empezar a buscarla, tiene que ser el Mercado Central de Valencia. Es para todos un lugar emblemático, bello, único, lleno de interés en cada uno de sus rincones, tanto por las vivencias de sus gentes como por su historia y arquitectura. En 2028 cumplirá su primer siglo de actividad, y personalmente tengo mucho interés en que siga celebrando más aniversarios como mercado.

Desde su inauguración, ha sido merecedor de apelativos como el «mercado de mercados», «la superficie de producto fresco más grande de Europa», «el mercado más bonito del mundo»... y otras denominaciones que lo hacen singularmente atractivo para el público local y para quienes nos visitan.

Si observamos con detenimiento, el Mercado Central ha ido siempre de la mano de la sociedad valenciana, y con ella ha evolucionado. Es un fiel reflejo de todo lo que acontece en la ciudad. Y, como la ciudad, requiere un modelo de gobierno, que en este caso es la autogestión. No es nada simple, pero lo dota de una manera de hacer distinta a la que impera en otros mercados municipales.

El envoltorio arquitectónico no ha cambiado. Precisamente fueron los aires de modernidad que trajo el siglo xx los que impulsaron su construcción. Si hay un personaje crucial en su historia, ese es el novelista y político Vicente Blasco Ibáñez, obstinado y decidido a construir un mercado moderno que mejorara las condiciones higiénicas de la venta de



alimentos, en beneficio de la salud de los valencianos. Fue una verdadera lástima que, después tanto esfuerzo, no lo viera inaugurado.

Como cliente habitual de los mercados, me siento implicado emocionalmente en el devenir de estos. Evitaré que se note demasiado, en aras de la objetividad, ejerciendo la profesión con la que me gano la vida, el periodismo. Amo el Mercado Central, atesoro muchos amigos y amigas en él, y por eso deseo que esquiven las balas de los francotiradores que

▲ Encurtidos variados en la parada de Luis Alabau (Mercado Central de Valencia).

“Bajo el techo del mercado, el vendedor encontró cobijo y acomodo para medrar; luego vinieron los puestos fijos –gracias a las concesiones administrativas–, el frío industrial..., y el mercado adoptó la fisonomía actual en un abrir y cerrar de ojos. Hoy hay vendedores cuyas familias ya estaban ahí antes de la construcción del mercado.”

hay apostados por toda la ciudad. Habrán observado que no he pronunciado hasta el momento la palabra *turismo*. No tendría nada contra ese sector que tanta riqueza genera en nuestra tierra si tuviera la certeza de que el precio cultural, social y patrimonial a pagar no es más alto del que se ingresa.

Más adelante haremos un recorrido a través de las vidas de sus protagonistas, los herederos de aquellos mercaderes de la plaza de Brujas, el punto geoestratégico que concentraba los intereses no solo de los habitantes de Valencia, sino de toda la región. Una plaza pública en la que se ajusticiaban criminales y herejes y se vendían hortalizas de casa; cereales, almendras, vino y miel de las tierras de interior; ganado criado por las familias en las alquerías; manufacturas de los gremios artesanales. Una plaza donde se sellaban transacciones, incluso humanas, como el abandono de vástagos por parte de sus familias para que otros los criaran o les ofrecieran una forma de ganarse la vida como aprendices o sirviendo a sus señores.

Bajo el techo del mercado, el vendedor encontró cobijo y acomodo para medrar; luego vinieron los puestos fijos –gracias a las concesiones administrativas–, el frío industrial..., y el mercado adoptó la fisonomía actual en un abrir y cerrar de ojos. Hoy hay vendedores cuyas familias ya estaban ahí antes de la construcción del mercado. Y siguen ahí, porque es lo que han hecho siempre. También encontraremos negocios



► Alcachofas, la flor de invierno. Variedad Green Queen (Mercado Central de Valencia).



▲ La elevada edad media de los clientes es una característica común en todos los mercados municipales de Valencia.



sin relevo generacional, traspasos tentadores, jubilaciones, hastío por falta de rentabilidad y cambios de rumbo para satisfacer a los turistas.

El Mercado Central, en casi un siglo de vida, ha mostrado un vínculo indisoluble de sincronía evolutiva con la ciudad. Entonces, si la fisonomía de Valencia ha cambiado tras la marcha de los vecinos, y ese espacio lo ocupan los turistas, es lógico que el mercado de mercados, el mercado más bonito del mundo, nuestro Mercado Central, se muestre *friendly* con los turistas que, aunque no hagan el *shopping* de la forma en la que estamos acostumbrados, sí que hacen *tasting and delivery* y se dejan algo de *cash*.

En muy poco tiempo, varias carnicerías y pollerías se han convertido en puestos de paellas para llevar y algunas verdulerías han mutado en tiendas de *souvenirs*, aunque la junta del Mercado ya puso freno a su proliferación hace casi seis años. Hace algún tiempo intuíamos en el horizonte a los grandes grupos de inversión; ahora puede que estén sigilosamente situados bajo la cúpula planeando su futuro, como han hecho con otros mercados. ¿Lo conseguirán?

Por otro lado, *La cultura del mercado* tiene la sana intención de llevar la contra a los que van pregonando a los cuatro vientos que en el futuro nuestras casas no tendrán cocina. ¿Esos gurús de la distribución alimentaria se han parado a pensar por un momento en la importancia de los valores y conocimientos que se han transmitido en ellas? De padres a hijos, de abuelos a nietos... No conozco a ningún valenciano que haya aprendido a cocinar una paella mirando la receta de un libro.

Un mercado municipal no es simplemente una agrupación de pequeños comerciantes autónomos de la alimentación fresca que desarrollan su actividad en un mismo espacio compartido bajo concesión municipal o cualquier otra fórmula de gestión. Lo que vale para los mercados municipales vale para el pequeño comercio; ambos son elementos fundamentales de vertebración social en las tramas urbanas. Los mercados son un eslabón imprescindible de una cadena que comienza en la producción de alimentos sana y respetuosa con los ecosistemas terrestres y marinos. Le sigue una elección de los productos que vamos a compartir. Después, el acto revolucionario de cocinar, y finalmente, el de degustar y



“La usurpación de la cultura del mercado es colonialismo puro. La clase dominante impone sus formas de comprar y de comer con mucha sal, azúcar, aditivos, colorantes, conservantes, y, para colmo, todo bien envuelto en plástico.”



nutrirse en la mesa. Todo este recorrido constituye las piezas que componen este frágil puzle de la cultura del mercado.

Los cantos de sirena de la comodidad a cambio de pérdida de soberanía, de salud, de relaciones personales y de conocimientos son una de las trampas más perversas que ha inventado la industria alimentaria para destrozarnos como sociedad. La gran distribución nos hace la vida más fácil, pero ¿por qué? Muy sencillo: porque el alcalde es un... ¡No! Peor, porque corremos el riesgo de perder nuestra identidad y nuestra libertad de elección. La usurpación de la cultura del mercado es colonialismo puro. La clase dominante impone sus formas de comprar y de comer con mucha sal, azúcar, aditivos, colorantes, conservantes, y, para colmo, todo bien envuelto en plástico.

Lo veo en la generación de mis hijos, amamantados por las redes sociales, sin habilidades para interactuar. Por eso elegirán siempre ir al supermercado, porque ahí no tienen que hablar con nadie. Porque, si van a comprar a un mercado, tendrán que guardar turno y pedir por esa boquita... Les da un soponcio. Bueno, no solo a mis hijos: a más de la mitad de la población.

¿Será que ir al mercado es cosa de *boomers*?

- ▶ El carnicero, una profesión en vías de extinción.
- ◀ Corte de jamón ibérico a cuchillo con Jorge Fernández, uno de los charcuteros con más conocimiento de causa del Mercado Central.