



Imágenes cedidas por el Ayuntamiento de Jerez

## La Plaza. Mercado Central de Abastos de Jerez de la Frontera.

La Plaza, así es llamado el Mercado Central de Abastos de Jerez de la Frontera, situado en pleno casco histórico de la ciudad. Una belleza arquitectónica, orgullo de los/as jerezanas, y de todos los que se sienten vinculados con las raíces de esta comunidad andaluza llena de historia y cuidado por una tierra que mira de frente al mar.

Cuando entréis por una de las cuatro puertas de este mercado inaugurado en el año 1885, fachada de pie-

dra señorial, vidrieras enmarcadas en forja de hierro que rezuman brisa, os daréis cuenta que es un mercado de verdad. Porque aquí se venden productos perecederos, porque los linajes de sus comerciantes se remontan a tres o cuatro generaciones atrás.

No hay trampa ni cartón, cuando cada comerciante cruza cada día el umbral del mercado y empieza a colocar con mimo sus productos en el expositor correspondiente, sabe la cabaña de donde viene el ganado,

la huerta de donde proceden sus frutas y hortalizas, el mar donde se criaron la merluza y el boquerón fresco. La trazabilidad de cada producto está inserta en el ADN de los comerciantes desde chicos, porque les han salido los dientes entre los puestos del mercado. Por supuesto, este recorrido se muestra perfectamente en las etiquetas de cada producto, cumpliendo estrictamente con las normas de higiene y trazabilidad exigidas por la normativa vigente.

Los 80 puestos que conforman hoy el mercado han superado la crisis pandémica al lado de su gente. Las puertas siempre estuvieron abiertas, con todas las precauciones, multiplicándose la venta por teléfono y la entrega a domicilio. Cada día, al cerrar el mercado a la hora de comer, sobre las 14h, la mayor parte de los comerciantes cargaba sus furgonetas con las decenas de pedidos y allá recorrían los barrios de Jerez para entregarlos.

Nadie quedó desatendido, los teléfonos de los comerciantes son directos y no han dejado a nadie en espera indefinida. Los clientes y vecinos saben que detrás de esa compra a distancia encuentran una voz conocida, amiga desde hace décadas. En estos tiempos de virtualidad anónima e impersonal, eso es un valor para la comunidad, no tiene precio y no se imposta con empleados precarios de grandes cadenas de distribución, que hoy están y mañana sabe dios.



El mercado de Jerez es el corazón del centro urbano de la ciudad. Un bello laberinto de callecitas luminosas que contienen la historia de la ciudad. Llegar hasta allí se complica para el vehículo privado. Aunque el mercado tiene acuerdos con algunos de los aparcamientos del centro, la movilidad depende del transporte público.

Las han pasado canutas con el retraso en la ejecución de la remodelación de una de las arterias que rodea y lleva al mercado (calles Corredera, Esteve, Santa María y Cerrón). Las dudas entre el alquitrán y el adoquín, patrimonio material de las calles de la ciudad, ha estado a punto de llevarse por delante el mercado como patrimonio materia e inmaterial de Jerez.

Pensar la movilidad en el diseño de la ciudad es pensar el lugar que damos a los mercados como plazas nucleares de nuestras vidas. Si queremos que la vida siga pasando por el centro, el ayuntamiento, entre otras cosas, tendrá que canalizar de forma más radial los trayectos del transporte público, autobuses más pequeños y directos desde las barriadas donde hoy viven la mayoría de los más de doscientos mil jerezanos y jerezanas. Porque en las últimas décadas el casco histórico de Jerez se ha ido vaciando de población residente. Los datos oficiales indican que al menos la mitad de las viviendas y edificios del centro histórico están deshabitados. Se suma que el porcentaje de vecinos con una edad por encima de los 80 años, es el más alto de Jerez. La ciudad ha ido dejando de latir en

su centro, y eso debilita uno de sus corazones: el mercado de abastos.

Sin embargo, comerciantes del mercado atesoran algo que sigue siendo apreciado por la población de las barriadas y comarcas aledañas: la insuperable calidad y conocimiento de sus comerciantes. De hecho, a pesar del horario, solamente de mañana, los sábados el mercado empieza a llenarse de familias más jóvenes con sus niños. Yo creo, sinceramente, que la gente quiere centro, casco histórico, quiere mercado, quiere sumergirse en lo que siente suyo porque forma parte de las generaciones, abuelas, abuelos, que hicieron la ciudad.

Los comerciantes del mercado son protagonistas privilegiados entre los tejedores de ciudad. Se lo ganan desde el mimo, calidad y salud alimentaria que diariamente reparten desde sus puestos.

Por ejemplo, el gremio de las carnes, al que pertenece Pablo González, vicepresidente de la Asociación de Comerciantes que nos atendió estos días, nos hizo un despliegue fascinante de la decena larga de mataderos de toda España desde donde diariamente llega la carne a los puestos del mercado de Jerez: Corderos de Valdepeñas (Ciudad Real), terneras de Zamora, ibéricos de Huelva, Badajoz, Murcia y hasta Lleida, porcino de Málaga y Toledo. Esto da cuenta del dinamismo del sector en el que inmerso el gremio. Una red densa que los comerciantes han ido apuntalando durante generaciones.



¿Qué se puede esperar de un gremio de pescadería que tiene a escasos kilómetros las lonjas del Puerto de Santa María, Sanlúcar y Cádiz? El tránsito es diario. Cada pescadero llena sus expositores con las merluzas de Cádiz, las acedías (lenguado) de Sanlúcar, el calamar gaditano o el boquerón de la vecina Málaga. Y dirán, no habrá quien lo compre. Pues no, calidad a precios asequibles para la población jerezana. Con 10 euros, las familias se llevan su canasto de pescado fresco de calidad. Aquí lo fresco es lo natural y familiar, no se les sube a la cabeza, lo que algunos “mercados a lo gourmet” nos quieren vender a precio de oro como marca con delantal a juego con el jurel... Como si no fuera parte de la tradición gastronómica de nuestro país. El marketing del esfuerzo y el conocimiento diario acumulado, marca de manos curtidas y mirada fina para escoger lo mejor.

Y, sin embargo, en el mercado se reconoce con humildad que hay elementos mejorables. Por ejemplo, los horarios. Abrir solamente por las mañanas les aleja de todo un abanico de clientela diaria. Los mercados son espacios sociales complejos que hay que conocer desde dentro para atreverse a diagnosticar y proponer soluciones. Por ejemplo, abrir por las tardes implica remodelar los expositores para que puedan cerrarse y así proteger con toldos la mercancía fresca que no se vendió por la mañana. Al tiempo, se requeriría personal del mercado para velar por la seguridad de los expositores y el mercado en su conjunto. En tiempos de *apretura* económica, no es sencillo, y no habrá extensión de horario, aunque desde dentro algunos comerciantes lo estén sopesando seriamente, si no se encuentra la fórmula para proteger todo el arte que hay tras los expositores.

No solamente del pescado y la carne, también del gremio de frutas, verduras y hortalizas. Es un gremio también espectacular del mercado. Mucha gente no sabe que gran parte de los productos proceden de huertos propios y de los campos cercanos: patata, tomate, zanahorias, cebolla, acelgas de los campos de Chipiona. Nectarinas, kiwis, frutas de la zona noroeste, hacia Sanlúcar. Son todos ellos campos muy especiales con sabor a océano. Algo verdaderamente especial y único. Los expositores se complementan con otras frutas compradas a los mayoristas de Mercajerez.

El mercado se retroalimenta con la vida en el centro, con el comercio que habita y da vida a las calles del casco histórico. Es el buque insignia del que podría ser un dinámico centro comercial abierto del casco histórico. Para ello todas las asociaciones tendrían que remar juntas apoyadas por el ayuntamiento y reforzar algunas de las iniciativas del mercado:



Por ejemplo, cada semana la asociación de comerciantes sortea vales de compra por un valor de hasta 300 euros. El mercado también patrocina actuaciones de títeres los sábados por la mañana. Complementariamente, los colegios de la ciudad hacen visitas al mercado con sus niños y niñas. Al final del recorrido, organizado en colaboración con el ayuntamiento, los niños reciben una bolsita de fruta fresca, para que no olviden las texturas, los olores, el cariño de los comerciantes. Cuando crezcan, en las muchas barriadas donde se han trasladado a vivir con sus padres, recordarán que, más allá de los neones de las áreas comerciales de las afueras donde consumen su tiempo de ocio, un día escucharon el corazón de su ciudad: tomarán el autobús, directos a su mercado, y se sentirán orgullosos de lo que, durante generaciones, construyeron y cuidaron sus mayores. ¿Un sueño? Quizá, ojalá siga cumpliéndose.

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