

# A praza é túa

FEDERACIÓN DE PRAZAS DE ABASTOS DE GALICIA

Especial

## Produtos de outono

Presentamos a

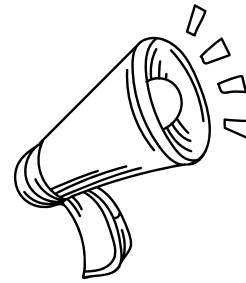
## nova web

Saen a concurso  
postos baleiros  
en Baiona



**XUNTA DE GALICIA**  
CONSELLERÍA DE ECONOMÍA,  
EMPREGO E INDUSTRIA  
Dirección Xeral de Comercio  
e Consumo





# sumario

## A PRAZA É TÚA

Primeira edición - nº 12

[www.fepragal.es](http://www.fepragal.es)

[www.facebook.com/fepragal](https://www.facebook.com/fepragal)

Tfno. 669 776 017

### EQUIPO EDITORIAL

Xunta Directiva da Federación de Prazas de Abastos de Galicia

### COORDINACIÓN:

Mari Rodríguez

### REDACCIÓN:

Alba García

### FOTOGRAFÍA E ILUSTRACIÓN:

La Lonja Estudio / Freepik

### DIRECCIÓN DE ARTE Y MAQUETACIÓN:

La Lonja Estudio



ILUSTRACIÓN & DISEÑO GRÁFICO

[www.lalonjaestudio.com](http://www.lalonjaestudio.com)  
[hablemos@lalonjaestudio.com](mailto:hablemos@lalonjaestudio.com)  
604 001 750

D.L.: PO 268-2018

© FEPRAGAL 2018

Patrocinado pola Dirección Xeral de Comercio da Consellería de Economía, Emprego e Industria da Xunta de Galicia.



XUNTA DE GALICIA  
CONSELLERÍA DE ECONOMÍA,  
EMPREGO E INDUSTRIA  
Dirección Xeral de Comercio e Consumo

03

### DESTACADO

Entrega de premios Concurso fotográfico Quereoteumercado 2018

04

### ÚLTIMA HORA!

Nova web da Federación



06

### BENVIDOS!

Novas incorporacións en Sanxenxo

09

### TURISMO

Padrón: un mercado no camiño

10

### XUBILACIÓN

do Mercado de San Agustín

12

### REFORMAS

Entrevistas

14

### OPINIÓN

O Grove e Vilanova

16

### INDAGAMOS

Produtos de tempada



18

### O ABC DO MERCADO

Cabazas

19

### COMPRA INTELIXENTE

Nabizas e grelos

20

### REPORTAXE

A Praza de Abastos de Pontevedra



22

### HISTÓRICO

O primeiro mercado



En FEPRAGAL queremos avanzar cos tempos que corren. Pensamos que axudar a reducir o uso de papel pode contribuir co Medio Ambiente. Por isto a partir de agora A PRAZA É TÚA se publicará só en dixital. Poderás consultala no noso portal web:

[www.fepragal.es](http://www.fepragal.es)

Sigue tamén o noso Facebook e compártenos!

De agora en diante as nosas revistas só en dixital!

# Fepragal entrega os premios do 'Quereoteumercado'



O pasado sábado 3 de novembro, FEPRAGAL despediu de xeito oficial a segunda edición do seu concurso fotográfico 'Quereoteumercado'. Fíxoo por todo o alto, cun acto en Padrón que reuniu a representantes de todos os mercados que forman parte da Federación de prazas de abastos de Galicia. Tamén os quixo acompañar nesta importante cita a Directora Xeral de Comercio da Xunta de Galicia, Sol Vázquez.

O gañador nesta segunda edición do certame foi Nacho Romero, cunha fotografía que retrata unha das praceiras do mercado de San Agustín, en A Coruña. No acto de clausura do concurso, puido recoller o seu premio: un Iphone 8. Tamén asistiu a segunda clasificada no concurso, Paula Martínez. Unha fotografía dunha vendedora da Praza de Lalín valeulle ser a gañadora do accésit: un vale de 200 euros para consumir nas prazas pertencentes á Federación. Os dous confesaron ser clientes habituais dos mercados que retraron.

As fotografías de Nacho e Paula foron as que mellor cumpriron os dous requisitos establecidos nas bases do concurso. Por unha banda, conseguiron acumular un im-

portante número de votos na páxina de Facebook de FEPRAGAL. Pola outra, o xurado de "Quereoteumercado" considerou que eran as que mellor reflectían a realidade da vida nas prazas de abastos galegas.

Nesta convocatoria participaron 48 persoas, que enviaron unha media de dúas fotografías cada unha. En total, concorreron ao concurso 98 instantáneas; 98 visións diferentes do día a día das prazas de abastos galegas que forman parte de FEPRAGAL. Entre os participantes, destacaron as mulleres: 29 foron as que se animaron a enviar as súas fotografías nesta edición fronte a 19 homes.

Por mercados, os máis activos foron o de Pontevedra e o de Bueu. En terceiro lugar, presentáronse o mesmo número de fotografías das prazas de Cangas e Padrón. Dende a Federación, celebraron o éxito desta segunda edición do seu certame fotográfico, que tivo unha acoollida moi semellante á da primeira convocatoria. FEPRAGAL tamén destacou o elevado nivel das instantáneas que concorreron a este "Quereoteumercado", con moitas de gran calidade e que recollían á perfección o que se atopa tralos muros das prazas de abastos galegas.

# FEPRAGAL ESTREA WEB



[INICIO](#) [PRESENTACIÓN](#) [AS NOSAS PRAZAS](#) [NOVAS](#) [PUBLICACIÓN](#)S [CONTACTO](#)



## NOVAS DE INTERESE



II CONCURSO FOTOGRAFICO

[ACTUALIZACIÓN](#)



CONVENIO FEPRAGAL E SABADELL

[ACTUALIZACIÓN](#)



CONVENIO FEPRAGAL E ABANCA

[ACTUALIZACIÓN](#)

FEPRAGAL desde o 2018 cunha nova imaxe en Internet. A finais do mes de novembro a Federación estreou o seu novo portal; unha web completamente renovada e á última, que aproveita todas as posibilidades que a día de hoxe ofrece a programación. Despois de superar os dez anos de historia, FEPRAGAL decidiu-se a presentar unha imaxe máis moderna, acorde coa filosofía que levanta tanto tempo implantando nas prazas de abastos asociadas.

Como non podía ser doutro xeito, a identidade corporativa na que leva anos traballando FEPRAGAL determinou o deseño deste novo portal. A súa esencia está continuamente presente a través do logo e as cores corporativas da Federación, de xeito que sexa facilmente identificable.

Esta nova web está pensada para ser unha fiestra aberta de FEPRAGAL e os seus mercados membros cara o usuario. Navegando polas diferentes seccións, o usuario pode acceder a información sobre a identidade, os obxectivos e a historia da Federación. Tamén ten á súa disposición unha ampla hemeroteca que recompila as diferentes publicacións que se fixeron eco das súas actividades e campañas.

FEPRAGAL.ES convértese tamén no escaparate principal en Internet da Federación e das súas prazas de abastos. Por iso, ademais da información sobre os servizos dos mercados, o portal publicará de xeito mensual novas relacionadas con FEPRAGAL ou cos seus asociados. Incluso conta con contido multimedia para trans-

mitir unha mensaxe máis rica e conseguir un maior impacto. Tamén publicará información de interese para os propios praceiros.

Nesta nova etapa en Internet, FEPRAGAL non se esqueceu das redes sociais. Tendo en conta o importante peso que a día de hoxe teñen este tipo de ferramentas, o recién estreado portal ten unha integración completa con elas. Todos os contidos poden compartirse de xeito moi sinxelo, para conseguir unha maior repercusión e difusión.

Con este cambio, FEPRAGAL faise máis accesible. O novo portal é doado de usar e moito máis intuitivo. Todos estes ingredientes axudan a construír unha experiencia máis amigable, con contidos actualizados e de interese para o usuario.



As prazas de abastos asociadas tamén teñen o protagonismo que lles corresponde. A web reserva un espazo para que o usuario poida coñecer a familia FEPRAGAL. Dentro do paraugas deste novo portal, cada mercado conta cun ‘microsite’ propio para poder abrirse ao cliente. Neles está dispoñible toda a información de interese, como os datos de contacto, un mapa coa súa ubicación e incluso un mapa interactivo do interior do edificio, no que se poden consultar os diferentes postos, a súa localización, a información e o contacto de cada un. E todo cun único click do rato.



Outra das novidades que achega ata o usuario o novo portal de FEPRAGAL ten que ver con esta revista. A antiga web permitía a consulta online dos números da publicación 'A PRAZA É TÚA'. Agora, a Federación dá un paso máis permitindo a súa descarga. Deste xeito, os que o desexen poderán consultar a revista en calquera momento e dende calquera dos seus dispositivos. Tamén é posible compartir as diferentes reportaxes nas redes sociais.

*A nova web ofrece maior visibilidade e contidos actualizados para os usuarios.*

En resumo, con este novo portal FEPRAGAL conseguiu cumprir os obxectivos que se plantexou no momento no que se empezou a traballar neste cambio.

Por unha banda, achegarse máis ao usuario facilitando que coñeza mellor FEPRAGAL, con información actualizada dos praceiros das prazas asociadas. Con esta aposta, a Federación consegue unha maior visibilidade. Algo que beneficia a todos os que forman FEPRAGAL.

Pola outra, ofrecer de xeito máis sinxelo e accesible novas e información relevante do sector. Os usuarios teñen deste xeito todos os contidos reunidos, como por exemplo agasallos, concursos ou diferentes campañas que FEPRAGAL teña en marcha nese momento.

Tamén garante que a navegación non se verá afectada polo dispositivo que se estea utilizando: ofrece unha compatibilidade absoluta cos formatos escritorio e móbil.

MERCADO DE  
MONTEALTOClaudia  
Rengifo

37 anos

Claudia  
MariscosMercado de  
Montealto

Fotografía: Roller

**Unha nova peixería ábrese paso no mercado coruñés de Montealto. ‘Claudia Mariscos’ é a aposta persoal de Claudia Rengifo, unha muller que soubo aproveitar a oportunidade. “Miña sogra merca sempre aquí. Cando viu o local baleiro, preguntou por el”, recorda. “Fun ao concello, presentei toda a documentación e déronmo. Por iso animeime”.**

Claudia é a primeira praceira da familia. Tampouco ela traballara nunca nun mercado, aínda que si tiña seis anos de experiencia como peixeira. “Traballei en supermercados e nunha empresa do porto para mercar o peixe”, explica. “Levo varios anos e coñezo o oficio”. Por iso, cando apareceu a posibilidade de coller un posto no mercado de Montealto decidiu confiar nas súas posibilidades. “Sempre traballei para outros e estaba a contratos. Así que pensei que se valía e gañaba para os demais, por que non podía montar algo para min? E máis aínda tendo esta oportunidade diante”, comenta convencida da súa decisión. Neste

caso, ademais, xoga na casa: tanto ela como o seu marido son da zona do mercado, polo que non é unha cara descoñecida para moitos dos seus potenciais clientes.

Esta nova praceira ten claro que no seu posto non faltará nunca o peixe fresco. Explica que vai mercar todos os días á lonxa, proceso no que tamén ten experiencia grazas a un traballo anterior no que se encargaba de facer as compras para vender despois a restaurantes. Para Claudia, o fundamental é poder garantir a frescura e a calidade do que estás a vender: “Nos supermercados mercan ao por maior e gardan o peixe en cámaras. Por iso poden facer as ofertas que presentan”, asegura. “Nós mercaremos a diario, ofrecendo un produto fresco. Ademais, confío en que saberei atender o posto e aos clientes”.

Tamén aposta pola unión dos praceiros. Para Claudia, a información e a axuda que lle prestaron dende a asociación cando chegou a Montealto foi vital ao arrincar cos trámites para solicitar no concello a concesión do posto. “Tan pronto puider, asocieime”,

recorda. “Xa comezaron a pedirme fotos para a páxina web, faláronme da revista. Foi algo que me gustou. Eu sempre digo que se non facemos propaganda nós e non nos ofrecemos, quen vai apostar polos praceiros? Somos os que necesitamos vender e saír adiante”.

Con esta idea, montar un posto na praza parécelle un reto pero unha boa opción para alguén que queira dar o paso de traballar por conta propia. Pero esta confianza no proxecto non evita que teña dúbidas sobre o futuro que se presenta no mundo das prazas de abastos. “O futuro non o sei. Iso pregúntome eu”, ri Claudia. “Pero eu vou arriscar. Vou a por todas. Se hai moita xente á que lle está a funcionar, por que ía ser eu un caso diferente?”.





Egidio Barral

37 anos

Carnicería Egidio

Praza de Sanxenxo



**Hai xa uns oito meses que Egidio Barral é un praceiro máis de Sanxenxo. Decidiu converterse no primeiro da súa familia e montou 'Carnicería Egidio' nun posto desta praza de abastos que se traspasaba. Acondicionouno ben, preparando incluso un obradoiro na parte traseira, e comezou a traballar para el.**

“Son carnicero dende os 7 anos”, asegura. “Meus pais tiñan un pequeno supermercado de barrio en Sanxenxo, e eu sempre traballei con eles”. Despois de moitos anos, o establecemento non aguantou os envites da competencia das grandes superficies. Tras pechar, seus pais cambiaron de sector: montaron un pequeno hotel. Egidio decidiu seguir no mundo da carnicería e comezou a traballar nunha gran área. “Despois de oito anos aí, apareceu a oportunidade deste posto e lanceime”, resume.

Moitos clientes seguirono dende o supermercado ata o que agora é ‘Carnicería Egidio’. No seu posto atopan tenreira branca galega, porco ibérico,

porco alimentado con castañas en Galicia, cordeiro, algo de vacún maior. Tamén elaborados caseiros que prepara el mesmo: hamburguesas, pinchos morunos, zorza, polo ao allo, nuggets, crioulos, pavo. “Sanxenxo é unha praza moi estacional. En inverno hai menos clientes, así que tes un pouco menos de variedade”, comenta. “Este verán foi o primeiro e tiven un pouco de todo. Funcionou moi ben”. Precisamente os elaborados foron un éxito entre a clientela estival de Sanxenxo. “Son moi cómodos. A xente estaba de vacacións e o que quería era chegar da praia, fritir ou meter ao forno e xa telo listo”, asegura Egidio.

Leva pouco tempo, pero está satisfeito co que se está a atopar na praza de abastos. Gústalle o trato coa xente, moito máis persoal que no seu anterior traballo. Ademais, en ‘Carnicería Egidio’ responde ao 100% da calidade do seu produto. “Aquí vendo e merco o que queiro. Nunha gran área teño que vender o que me mandan”, resume. Nestes oito meses tamén lle deu tempo a ver as dificultades coas que se atopan a día de hoxe as prazas de abastos. Entre elas, a falta de

colaboración e apoio por parte dos concellos. “Como cren que non dan beneficios, déixanas abandonadas”, lamentase. “É unha pena, porque os mercados poden ser un reclamo turístico máis. Noutros sitios hai prazas máis coidadas que teñen tanta xente mercado como de visita”. Defende o papel que teñen os mercados como dinamizadores da economía das vilas, por iso non entenden como “hai concellos que a día de hoxe non o ven. Se isto segue así, a verdade é que vexo o futuro bastante negro”.

Para mellorar esta visibilidade e coller pulo como colectivo, Egidio decidiu formar parte da asociación de praceiros do mercado de Sanxenxo. “Eu creo que a unión fai a forza, non? Se hai unha asociación con apoios, sempre podemos facernos notar máis... e eu únome a ela. Seguro que podo achegar cousas e beneficiarme ao mesmo tempo”, explica.



Fotografía: Roller

ASOCIACIÓN EN DEFENSA DEL  
MERCADO DE ELVIÑA

Cristina  
Díaz

34 anos

Casa Teixeira

Mercado de  
Elviña

**Cristina Díaz é unha lucense no coruñés mercado de Elviña. Con 34 anos decidiu montar Casa Teixeira; unha chacinería dende a que ofrece aos seus clientes unha ampla variedade de curados de Lugo. “Eu vivo nunha aldea lucense e veño a A Coruña todos os días”, explica. “Así pode traer as cousas que fan meus veciños. Merco sempre a pequenos produtores, para diferenciar o meu produto”.**

Lacóns, cachuchas, salgados do porco, botelos, androias e chourizos típicos da Fonsagrada, comparten espazo en Casa Teixeira con embutidos ibéricos, queixos, conservas e legumes. Pero o forte de Cristina é o bacallao. “É especial. É pescado con anzol en Islandia”, explica. “Ademais, teño moita variedade. Folla grande, pequena, faragullas, lombos sen espiñas, cocohas, cabezas...”. Unha oferta variada na que destaca un produto que, segundo asegura esta praceira, é moi difícil de atopar: os

callos de bacallao. “Creo que podo ser a única persoa de Galicia que os ten. É a vexiga natatoria do peixe, e emprégase en alta cociña. Non é o que máis vendo, pero como o bacallao é a nosa especialidade, gústame ter de todo”, asegura orgullosa.

Como chega unha lucense a apostar por unha praza de abastos da Coruña? “Eu céntrome moito no bacallao, e nesta zona non había demasiada oferta dun produto diferente”, explica. “Porén, en Lugo hai un sitio especializado que tamén o traballa”. Así que cando descubriu o posto baleiro no mercado de Elviña, lanzouse. O aluguer económico e o ambiente propio das prazas, remataron por convencela. “Cando estudaba mercaba no mercado. Sempre me gustou”, recorda Cristina. “Creo que ofrecemos os mellores produtos e con moita variedade para poder escoller”.

Este gusto polas prazas non é algo herdado. Cristina estudou bioloxía e é a primeira praceira da súa familia. “Antes de abrir Casa Teixeira non me dedica-

ba a nada parecido”, asegura divertida. “Pero xa hai un ano e medio que abríñ”. Tamén decidiu unirse á asociación de vendedores de Elviña, que ve como unha opción interesante pola axuda e as facilidades que ofrece e as actividades que organiza para dinamizar a praza de abastos.

Sobre o futuro, comparte as inquedanzas dos seus compañeiros de profesión. Élle moi fácil atopar diferenzas entre os mercados e as grandes áreas: a calidade, o trato cercano co cliente, axustarse ás súas necesidades... Pero no momento no que vivimos é necesario atopar esa tecla clave que atraia á xente. “Eu penso que a publicidade é moi importante, para que todos saiban que estamos aquí”, defende Cristina. “Explicar que nos mercados a xente pode elixir un produto de calidade e a bo prezo”. Tamén cre na aposta polas novas tecnoloxías e fala incluso da venda online como unha ferramenta importante para despexar o futuro do sector. “A esencia é que a xente veña mercar aquí porque está cómoda”, resume.



# Padrón: un Mercado no Camiño

Cando un peregrino chega a Padrón, sabe que a súa andaina polo Camiño Portugués a Santiago está a piques de rematar. A vila coruñesa considérase o inicio da última etapa, a que remata coa Catedral de fondo na Praza do Obradoiro compostelá.

Este peso na Ruta Xacobeana nótase na vida do municipio. Tamén na súa praza de abastos. Segundo conta a presidenta da asociación de praceiros, Ana Rodríguez, os peregrinos forman parte do seu día a día. “Xa dende primeira hora da mañá vémoslos pasar continuamente”, comenta. “No verán pasan moitísimos. No inverno o fluxo non é igual, pero é algo que se nota todo o ano”.

Para estes camiñantes, a praza de abastos padronesa é un atractivo máis no seu paso pola vila. Moitos non continúan o seu camiño cara Santiago sen

percorre, sorprendéndose da ampla e rica oferta de produtos. “Chámalles moito a atención todo o que temos aquí”, asegura Ana. “Sacan fotos continuamente cos produtos. Veñen facer turismo ao mercado”.

Esta relación cos peregrinos é unha oportunidade de promoción. O que se achega ata a praza de Padrón e déixase sorprendido polo seu produto, falará despois del aló onde vaia. Pero Ana tamén explica que como norma xeral é algo que non repercute nas vendas habituais “O peregrino non pode mercar. Aquí veñen mirar e coñecer, pero sacando algunha peza de froita, é raro que merquen”, explica a presidenta. “Veñen de paso e teñen que seguir o seu camiño, aínda que é certo que moitos se lamentan por non levar nada”. Isto é a tónica xeral, pero sempre hai excepcións. Ana conta que hai uns días unhas pe-

regrinas quedaron sorprendidas cun produto do seu posto. No momento non puideron levarlo, pero despois de chegar a Santiago fixeron parada na praza de Padrón antes de volver para as súas casas.

Aínda que os peregrinos non marchen do mercado cargados de compras, os praceiros son conscientes do importante papel que xogan na súa vila e do atractiva que resulta unha praza de abastos para alguén que vén de fóra. Para fomentar o seu peso como punto de interese turístico, hai máis dun ano que comezaron a selar as Compostelas, os documentos que acreditan que os peregrinos cumpriron as etapas do seu camiño a Santiago. “Selamos moitísimas”, asegura Ana. “Temos un cartel fóra da praza anunciándoo e moito camiñante chega a nós con esa idea. Ás veces ata temos que falar con eles por signos”.

Hai máis dun ano que a praza de Padrón sela as Compostelas dos seus peregrinos.





Fotografía: Roller

## A VIDA DESPOIS DA PRAZA

### Lourdes e Charo despedíronse de San Agustín

Tras unha vida dedicada á praza de abastos, Lourdes Mosquera, de 'Charcutería Isidoro', e Rosario Díaz, de 'Pescados Neptuno', colgaron este ano os mandís. Coa súa xubilación, o Mercado de San Agustín, de A Coruña, perde a dúas veteranas, coñecedoras do que significa pelexar por sacar adiante os seus negocios durante décadas.

As dúas instaláronse en San Agustín por herdanza. No caso de Lourdes, foi a familia do seu marido a que traballaba na praza. Hai 48 anos que casou e co matrimonio comezou a axudar as fins de semana a seu marido e seu sogro na chacinería. Cando os fillos creceron, ela entrou a traballar a tempo completo. "Meu sogro viu de Aranjuez a facer a 'mili' aquí", recorda Lourdes. "Decidíu quedar e montou esta chacinería. Segundo dixéronme

sempre, foi a primeira que se montou nun mercado... e isto foi hai, polo menos, 67 anos". Seu marido estivo cincuenta detrás do mostrador de 'Charcutería Isidoro' antes de xubilarse. Ela prolongou o traballo catro anos máis.

Rosario, máis coñecida como Charo, lanzouse á praza de abastos cando a vida pegoulle un xiro e tivo que buscar un traballo. Entón recorreu ao que coñecía, que era o Mercado de San Agustín. "Miña nai, Laura, estivo toda a súa vida na praza. Cando eu empecei, ela xa o deixara, pero foime máis fácil arrincar aquí pola boa reputación que ela tiña", asegura orgullosa. O pai de Charo era mariñeiro pero coa proclamación da II República tivo que quedar na casa. A súa familia entendía de peixe, así que a nai e a tía decidiron emprender e



---



---

## “Nós tamén tiñamos xente de toda a vida na peixería, pero a verdade é que as prazas cambiaron moitísimo”

---



---

comezar a vendelo. “Eu herdei moita clientela súa que seguiu mercando no meu posto os 30 anos que traballei en San Agustín”, asegura.

Entre as dúas, suman case 80 anos de experiencia no mundo das prazas de abastos. Foron testemuñas de todos os cambios que se produciron nelas, nas formas de vender e, por suposto, na clientela. Coinciden en que se algo non mudou é a aposta pola calidade no produto. Tampouco o trato coa xente. “Á chacinería viñan clientas que eran fillas e netas de xente que xa empezou a mercar aos meus sogros. Incluso tiña clientes que non vivían aquí e cando viñan á Coruña pasaban polo posto para levar queixos, chourizos e máis cousas para fóra”, explica Lourdes. “Nós tamén tiñamos xente de toda a vida na peixería, pero a verdade é que as prazas cambiaron moitísimo”, reflexiona Charo. “A primeira época de Nadal que traballei foi suficiente para cubrir unha débeda que tiña. Agora, a mercadoría escasea, vai máis cara e a xente retráese moito”. Tamén notaron de xeito especial a incorporación da muller ao mercado de traballo. A súa clientela eran principalmente amas de casa, que dispoñían de máis tempo para facer a compra. Ao traballar fóra da casa, o acceso ao mercado é moito máis complicado. “Tampouco había tantos supermercados como hai agora. As vendas cambiaron, pero a nós deunos para vivir”, resume Lourdes.

“O que si, estou moi orgullosa de ter vendido sempre mercadoría de moi boa calidade”, presume Charo. “Miña nai vendía un produto superior e eu intentei

mantelo”. Ela marcha pero ‘Pescados Neptuno’ segue adiante. Nos últimos anos, o seu posto integrouse nunha sociedade con outras peixerías e un mes antes de xubilarse, Charo formou á praceira que xa a substitúe. Máis incerto é o futuro de ‘Charcutería Isidoro’. Lourdes agarda poder traspasar o negocio, que actualmente está completamente montado e listo para entrar a traballar. “Os fillos teñen os seus empregos e non seguiron o negocio pero a verdade é que é unha pena que se perda”, asegura Lourdes.

As dúas miran con agarimo o seu tempo na praza, pero reciben a xubilación cos brazos abertos. “Gústame moito estar detrás do mostrador pero despois de que meu home se xubilara, estar soa fíxose máis complicado”, comenta Lourdes. “A clientela era practicamente unha familia. Pero a verdade é que ao chegar os anos xa tiña gañas”. Charo, pola súa banda, non ten sentimentos encontrados. “Son feliz. Son unha xubilada feliz”, ri. “Estou que non mo creo. A filla é independente e xa necesitaba tempo para min”.

Que van facer agora nesta nova etapa? Lourdes aproveitará para pasar máis tempo coa súa nai de 88 anos. “Estou afacéndome. Vou andar polas mañás e aproveito para descansar”. Charo tamén quere camiñar, pero é algo máis ambiciosa. “A miña meta é facer o Camiño de Santiago”, explica divertida. “Tiven que aprazalo pero xa me apuntei a un obradoiro de teatro e estou encantada”. Un descanso ben merecido.

# Saen a concurso postos baleiros en Baiona: ‘Queremos dar máis vida á praza e completar a nosa oferta’.

“A praza de abastos de Baiona é pequena. Remodelouse hai case cinco anos e dende entón fomos entrando praceiros progresivamente, pero nunca a enchemos. De catorce postos, actualmente están funcionando unicamente seis”. Quen fala é Patricia Leyenda, presidenta da asociación de praceiros do mercado de Baiona. A súa praza está inmersa nun proceso para sacar a concurso todos os postos que aínda están vacantes,

“Hai sete bancadas para peixerías e só hai tres ocupadas. Temos tres postos para carnicerías e chacinerías e unicamente está funcionando un. En canto ás bancadas centrais, dos catro postos están ocupados dous: un con produtos ecolóxicos e outro con delicatessen e gourmet”, enumera Patricia. Os praceiros levan un tempo loitando co concello de Baiona para encher todo este baleiro da praza. Aínda que nun principio foron deseñados para acoller usos determinados, os postos liberalizáronse polo que a día de hoxe poderían empregarse para calquera negocio, coa excepción das bancadas do peixe.

Dende a asociación queren dar visibilidade ao concurso para cubrir estas

vacantes. “En Baiona, sacan convocatoria dos postos cada dous anos, que é moito tempo. Nese momento ás veces quedan desertos ou non hai quen poxe, pero entre medias vén xente preguntar porque ten interese en montar algo na praza de abastos”, asegura a presidenta. Por iso, decidiron tomar a iniciativa e presionar no concello para que abriera unha nova convocatoria. “Nós fixemos unha listaxe da xente que pasou amosando

interese. Collémoslles os datos para contactar con eles e ver se seguen a pensar no mercado como unha opción para instalar o seu negocio”, explica Patricia.

“Nós o que queremos é dar máis vida á praza e ser máis competitivos e atractivos. Completar a nosa oferta”, reflexiona. Que faría falta no mercado de Baiona? “Máis produto fresco. Fai falta unha boa froitería, máis peixerías..



Fotografía: Roller



Tampouco estaría mal unha carnicería máis. E despois, pensar en algo que non haxa e que poida ser interesante e diferente. Por exemplo, viría ben unha floristería ou outro tipo de negocios con algo de desgustación”, asegura Patricia. Para alguén que arrinca un proxecto, un mercado pode ser unha opción moi interesante.

A presidenta dos praceiros explica que o risco é asumible, xa que se precisa dun investimento pequeno para poñelo en marcha. Os prezos dos postos tampouco son elevados, e o concello cobre o servizo de limpeza e a auga. Incluso facilidades como a tarifa plana para os autónomos fan deste un bo momento para dar o paso e emprender. “Ademais, estamos nunha rúa céntrica, na principal rúa comercial de Baiona”, comenta. “Agora mesmo é certo que somos poucos e que as prazas de abastos pasan por un momento complicado, pero en Baiona estamos facendo un importante labor

para publicitarnos e dinamizar todo isto. Estamos agardando a ser máis para poder dar un novo pulo a toda esta promoción, porque non queremos anunciar un mercado baleiro”.

Está claro que en Baiona hai gañas; o que falta é sumar persoas e proxectos novos para coller máis forza. “Os que estamos agora somos xente nova, que nos animamos a arrincar de cero e a emprender”, explica Patricia. “Agora queremos dar cabida a novas ideas e a xente disposta a pelexar para sacar isto adiante”.

O proceso é sinxelo. Quen se anime a dar o paso e emprender, debe presentar toda a documentación no concello de Baiona para participar no concurso público. Consta de tres sobres: un de presentación do proxecto e a súa memoria, outro do investimento que se ten pensado facer no posto e un último cunha proposta económica. “O concello pon un cánon de partida,

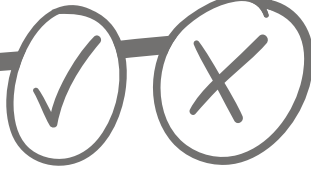
e os interesados no posto teñen que subilo algo. De todas formas, a moi pouco que o subas é teu, porque en realidade non hai demasiada demanda. Tamén é máis fácil porque o goberno local está polo labor de encher isto e darlle máis vida”, comenta Patricia. Para os que consigan un posto na poxa, a concesión terá unha duración de vinte anos. Aínda así, a presidenta dos praceiros asegura que hai moita flexibilidade. “Non queremos que ese tempo se vexa como unha condena”, asegura. “Aquí houbo xente que probou e despois dun tempo decidiu que non lle interesaba e puido pechar sen ningunha traba”.

Para calquera interesado en instalarse na praza de Baiona, Patricia ofrece a súa axuda e guía sobre os pasos que hai que seguir en todo o proceso. Pode localizarse no seu posto do mercado, ‘Daquí e Dacolá’.



Fotografía: Roller

# Como afecta á praza do Grove a Festa do Marisco?



Despois de cincuenta e cinco edicións ás súas costas, ninguén dubida do peso que a Festa do Marisco de O Grove gañou ao longo dos anos. Milleiros de persoas pasan pola carpa do Corgo nos días que dura a cita, unha das festas gastronómicas por excelencia. Pero, como afecta isto á praza de abastos?



“Notamos moito impacto. Na Festa do Marisco multiplícase o número de habitantes da vila e é como estar outra vez na época do verán”, asegura o presidente dos praceiros. David Bea destaca a estacionalidade do mercado meco: durante as épocas altas de turismo, sobre todo no verán, a praza énchese ata arriba. Pola contra, no inverno está máis parada a venda. É no inicio desta etapa de máis tranquilidade, a principios de outubro, cando o municipio entrégase á celebración da súa Festa do Marisco.

Os postos e mesas da cita instálanse nunha gran carpa que ocupa a praza do Corgo e envolve o edificio do mercado. Nun principio podería parecer que o fai menos visible, pero segundo o presidente todo o movemento que xera a festa remata por beneficialos. “Non é un problema. A xente vai á festa e despois, como o mercado está nesa zona, entran a curiosear”, explica David. “O edificio non se ve nun principio, pero deste xeito nós estamos no centro da Festa do Marisco, que é o que atrae a toda

a xente”. Recoñece que os postos de venda de marisco son os que se ven máis beneficiados polo movemento desas xornadas. “Aínda que moitos xa comen o marisco que mercan preparado na carpa, outros entran a comprar o que temos na praza. Por iso aprovéitase o tirón traendo máis cantidades”, asegura. Unha das estrelas destes días de festa é a ostra. Moita xente achégase á praza equipada co seu coitelo. Alí mercan e incluso poden abrila e comela no momento. Tamén poden levalas para a carpa e degustalas alí.

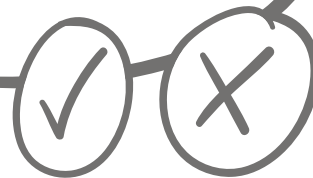
A pesares de estar satisfeito co impacto da festa na praza de abastos, reco-

ñece que como colectivo os praceiros poderían levar adiante máis iniciativas para coller máis peso na celebración. “Como asociación deberíamos facer máis. Aínda que a xente que pasa polo mercado multiplícase, os postos que venden carne ou outros produtos non se ven tan beneficiados”, explica David. “O concello non fala con nós, pero tampouco o fai cos restaurantes, pero eles móvense e preparan cousas máis orientadas á Festa do Marisco nesa tempada. Seriamos nós os que deberíamos organizar algunha actividade... Ao fin e ao cabo, os negocios son nosos e temos que ser nós os que miremos por eles”.





## E a Festa do Mexillón á praza de Vilanova?



A raíña do verán vilanovés é a Festa do Mexillón e do Berberecho, en pleno pico da tempada turística: mediados de agosto. “A nós non nos molesta a festa. Ao contrario, queremos ser parte dela”, asegura Javier Paz, presidente dos praceiros de Vilanova. “Pero a celebración esténdese unha semana e a carpa ocupa toda a zona de aparcadoiro que temos na praza. Xa é un espazo pequeno, pero dá un servizo aos nosos clientes que perde-

mos eses días de tanta actividade”.

O goberno local converte o Xardín Umbrío no epicentro da festa, pero dende a asociación de praceiros consideran que existen outras zonas mellores en Vilanova para acoller a instalación e critican o “pasotismo” do concello. Tampouco lles convence o lugar de celebración da Feira de Oportunidades do comercio local, que se instala ao outro lado da car-

pa da Festa do Mexillón. “Curtan rúas moi importantes e ocupan toda esta zona. Cópannos e tápannos por completo”, láméntase Javier. “Nós somos comercio. Non só somos carnicerías ou froiterías. Tamén temos outro tipo de tendas exteriores, e non pensan nada en nós”.

A pesares dos seus intentos, non conseguiron chegar a entendemento co concello. Ven triste que para beneficiar ao comercio local tapen un dinamizador da economía tan importante como a praza de abastos. “Ofrecéronnos ir para a carpa, pero se nós xa estamos reunidos nun centro, que sentido ten?”, reflexiona o presidente “O que fan é que botemos dez días de agosto, a mellor época do ano, practicamente pechados”.

Javier lamenta a pouca conciencia de que as prazas de abastos son áreas comerciais. “Non haberá moitos medios, pero entre todos poderíamos animar a zona eses días, facer actividades para promocionarnos... Pero intentar falar é perder o tempo. Non nos queren dar visibilidade”, asegura.

Esta falta de diálogo é algo frecuente. Sen previo aviso, o concello actuou hai pouco na zona de aparcadoiro próxima a praza, reordenándoa e reducindo o espazo para estacionar. Tamén empezaron a multar: “Hai xente que vai a outros sitios porque pode aparcar sen risco”, queixase Javier.





# O SABOR DO OUTONO NAS NOSAS PRAZAS

*O outono é tempo da carne de caza e de salgaduras. Setas, castañas, noces, marmelos e meles tamén volven reclamar o espazo que perderon durante o verán. Estes produtos tinguen de outono as nosas mesas e, nas súas versións máis naturais e caseiras, tamén as nosas prazas de abastos.*

*Co outono, chega tamén o cambio de dieta. Despedimos o verán e as súas receitas frescas e lixeiras e comezamos a prepararnos para recibir o frío do inverno dando a benvida ós pratos de culler nas nosas comidas. Lentellas, fabada, sopas que dan cabida a todos os ingredientes imaxinables, callos, o bo caldo galego... volven aparecer no noso día a día, enchendo de cores e sabores as nosas mesas para afrontar mellor a nova tempada.*



O outono é unha época que convida a cociñar, e con ela ábrese un amplo abano de atractivas posibilidades para encher os nosos menús. Esta é a época do **viño novo, da carne de caza, das salgadasuras**. Coa matanza, o **porco** reivíndicase como un dos piares fundamentais da nosa gastronomía tradicional. Quen pode dicir que non a uns bos **lacón e chou-rizos**? Aínda que nestes últimos anos a calor se resiste a abandonarnos, coas primeiras chuvias comezan a agromar nos montes as **setas**. As **mazás e cítricos** entran no seu mellor momento do ano, e nas hortas o tomate (unha das estrelas dos pratos de verán) cede o paso a **berzas, coliflores ou repolos**. Tamén volven as **cabazas, os meles, as marmeladas e as compotas, as noces** e, por suposto, un clásico da cultura galega: **as castañas**. O outono non é tal ata que as castañas comezan a asarse nos fogares, con todo listo para celebrar os Magostos.

## As prazas ofrecen produtos de calidade e de proximidade tamén no outono

Os amantes do bo xantar sábeno e é así como estes produtos van conquistando os nosos pratos.

Na súa aposta polo produto de tempada, as prazas de abastos mergúllanse nestes cambios que chegan coa fin do verán.

Ademais, fieis á filosofía que marca o seu saber facer durante todo o ano, nos mercados atoparemos todos estes produtos cunha alta calidade e, coma sempre, de proximidade. A gran maioría deles chegarán directos dende a casa do produtor ata o posto da praza. En moitas ocasións, será o propio praceiro quen se encargue da recolecta ou da elaboración para dar aos seus clientes a máxima garantía con produtos 100% caseiros.

Tamén no outono, nas nosas prazas de abastos atoparemos todo o necesario para elaborar un completo menú con produtos desta estación. Poden ser os acompañantes do ingrediente principal, ou ser eles as estrelas da receita en cuestión. Por exemplo, unha crema de cabaza serve como o entrante perfecto para recibir despois un contundente prato de xabarín estofado. Ou un revoltito de setas e xamón pode abrir a mesa para unha elaboración principal de bacallao ao forno. E non vaian pensar que os postres son unha excepción: filloas recheas con crema de castañas, tarta de mazá, biscoito de zanahoria e noces ou un dos clásicos que nunca fallan: queixo do país con marmelo, dous produtos que nas súas versións máis naturais tamén se deixan ver nas prazas de abastos galegas.



**Montes e hortas e prazas e mesas vístense de outono, e praceiros e comensais saben sacarlle o maior partido a este cambio de estación. Todos estes parecen bos motivos para animarnos a seguir pasando as follas do calendario, axudando ademais a preparar o corpo para a chegada do frío. A volta ao cole e á rutina é máis sinxela, por exemplo, acompañada dun doce de castaña. O mellor xeito de deixar de suspirar por un verán que xa pasou.**

# Os nomes da cabaza

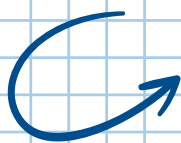


## Cabaza

'Cabaza' é o termo máis estendido pola xeografía galega. Cando o empregamos, podemos estar referíndonos tanto á planta como ao seu froito. Antes destinábase a alimentar os gando, sobre todo aos porcos, pero o seu sabor é cada vez máis prezado na gastronomía (principalmente nos doces. Todos estamos a pensar nas chulas de cabaza).

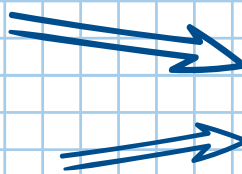
## Calacú

Este pode ser o termo máis empregado para referirse ao froito da cabaza (ou da cabaceira, ou da calacueira), sobre todo na zona suroeste de Galicia. De todas as variedades que existen desta hortaliza, din os entendidos que o calacú é a mellor para decorar polo Samáin: ao ser máis dura, dá máis xogo. Unha curiosidade: frei Martín Sarmiento, foi o primeiro en recoller este termo no século XVIII.



## Cabaciña

Ainda que o poida parecer, cando falamos de 'cabaciña' non nos estamos referindo a unha cabaza de tamaño pequeno. En realidade, facemos referencia a unha variedade diferente desta familia de hortalizas. En castelán coñécese como 'calabacín': trátase dun froito alongado e cilíndrico de casca verde e carne branca. Tamén é o nome da planta.



## Botefa

Ao contrario do que sucedía cos anteriores termos, se empregamos a palabra 'botefa' referímonos unicamente ao froito.. Ainda que en ocasións se emprega para falar dun tipo de hortaliza máis branda e que se consume preferentemente cocida (sobre todo para dar ao gando), considérase sinónimo de 'calacú'.



# TODO O QUE DEBEMOS SABER SOBRE NABIZAS E GRELOS

Falamos con Vanessa Bidueira, vendedora de verdura na praza de Lalín.

Esta é unha boa época para botar man das potaxes nas nosas comidas, e non hai prado de culler que se prece que non incorpore algunha verdura. Pero, como escoller a máis axeitada para a nosa receita? Que mellor xeito para coñecer todas as claves que preguntar a unha profesional.

De entrada pode parecer unha tarefa sinxela, pero á hora da verdade escoller a verdura máis axeitada para as nosas receitas pode ser un reto. A ampla variedade que existe achega máis posibilidades, pero tamén inclúe máis variables que ter en conta para facer a nosa selección.

“Nesta época do ano o máis frecuente é o repolo. Despois comeza a haber nabiza, brócoli e tamén os coñecidos como senos, que son os fillos do repolo e da col”, resume Vanessa. Outra verdura que tamén teremos a man é o nabicol: un híbrido entre a col e o grelo. “Non ten o ferro que ten o grelo e non ten o verdor que ten a col”, explica esta experta. Son dúas cuestións nas que pensar á hora de escoller se empregalo ou non nos nosos pratos.

Outras verduras “emparentadas” son a nabiza e o grelo. “A primeira é a planta do nabo, mentres que o grelo aparece cando este empeza a estirar e comeza a brotar”, comenta Vanessa. No sabor son moi diferentes. “A nabiza non ten a acidez do grelo, é moito máis suave. O grelo é unha produción tardía, así que ten moito máis ferro e un sabor máis forte”. Outra diferenza: a nabiza xa a podemos atopar nas nosas prazas; para o grelo haberá que agardar ao mes de xaneiro.



Lalín é a capital do cocido por excelencia e, segundo Vanessa, sempre escollen o grelo para acompañar o resto de ingredientes. “Aquí non se dá o repolo polo tema das xeadas e as baixas temperaturas, pero o grelo resiste moito ao frío. Canto máis baixas son as temperaturas, máis acidez ten”.





Tras medio século en funcionamento, a praza de abastos de Pontevedra foi reformada no ano 2003. A intervención foi integral, aínda que o proxecto mantivo as antigas fachadas e escalinatas interiores en cantería.

Quince anos despois, o mercado pontevedrés conserva o seu papel como dinamizador desa zona do casco histórico pontevedrés. A diario é continuo o tráfico de persoas que se achegan ata a súa ubicación na rúa Serra para mercar nalgún dos noventa postos que a ocupan, e que ofrecen o mellor da nosa terra e do noso mar.

Pero como sucede en moitas ocasións, non é ouro todo o que reluce. A pesares do seu peso como praza de abastos dunha capital de provincia, a pontevedresa ten numerosas eivas no interior das súas instalacións e equipamentos, que en ocasións limitan e complican o traballo dos praceiros.

Hai xa cinco anos que a asociación de vendedores da praza de Pontevedra comezou a reivindicar no concello melloras para a sala de vendas, ubicada na planta baixa do edificio. Unha

das carencias que máis afecta no seu día a día (e que parece impensable nunha praza capitalina do século XXI), é a falta de cámaras de frío ou de xeo. Aínda que dende fóra non se entenden as dificultades que esta carencia supón, tenas. Especialmente no caso dos postos de peixe: fai imposible que o mercado poida abrir polas tardes porque os praceiros non son capaces de manter a frescura do seu produto.

A pesares de que a asociación, que aglutina o 60% dos noventa praceiros que venden no mercado pontevedrés, ten mantido incontables reunións co concello para trasladar estas necesidades, ata o de agora as súas peticións caeron en saco roto. Pola contra, o goberno local ten en marcha un proxecto para reformar a planta superior da praza de abastos e, de paso, dotala dun novo uso máis dirixido á hostalería. A intención é convertela nun espazo gastronómico que dea pulo ao centro histórico da cidade, e que funcione como un revulsivo para todo ese ámbito urbano. As obras xa están en marcha dende o mes de outubro, e para financiar os custos o goberno local recorreu a

fondos europeos.

Pero, que implicacións está a ter este proxecto para os praceiros? En primeiro lugar, supuxo unha reordenación dos postos da planta baixa. Neste espazo tiveron que concentrarse os noventa vendedores do mercado, un proceso que non estivo exento de dificultades nin de polémicas. En resumo: multiplicouse o número de postos no mesmo espazo sen que melloraran as condicións nin se atenderan as vellas reclamacións do colectivo.

Dende asociación non ven con malos ollos o proxecto que se quere poñer en marcha na planta superior. Máis ben ao contrario. Entenden que se trata dunha nova actividade que pode exercer un efecto chamada e atraer a novos públicos ao seu mercado, pero seguen a botar en falta unha maior implicación do goberno local cos praceiros que levan anos loitando pola praza. Ao contrario do que sucede noutros lugares de Galicia, o de Pontevedra é un mercado vivo, con postos que funcionan e que rexistran un nivel de vendas nada desdeñable, máis aínda nos tempos que corren para este modelo de vendas.



# Pontevedra, a praza que merecemos?



Tal e como está plantexado, consideran que o proxecto para a segunda planta busca dividir o edificio en dúas partes, centrando os esforzos na nova e deixando de lado a dirixida á venda de produtos frescos, de calidade e da terra, que debería ser o obxectivo principal dos mercados. As actuacións que se levan a cabo para mellorar a planta superior non deberían ser un impedimento para actuar tamén na planta baixa. Con novos equipamentos, melloraríanse as condicións de traballo dos praceiros e, polo tanto, a atención aos clientes.

Por iso, dende a asociación reclaman para eles o mesmo esforzo que se está a investir na reforma da planta superior. Ademais das cámaras frigoríficas e da máquina de xeo, cren que a praza pontevedresa precisa dun plan de comercio serio e a longo prazo que lles axude a dinamizar a súa actividade. Tamén dunha redistribución moderna, que faga que o mercado pontevedrés deixe o século XX para adentrarse dunha vez por todas no XXI. Neste proceso, están dispostos a colaborar co concello. Xa non só na organización das diferentes iniciativas

para a praza de abastos, senon tamén economicamente. As asociacións de vendedores dos mercados contan con fondos procedentes da Xunta de Galicia. Trátase de liñas de axudas concedidas pola Dirección Xeral de Comercio, que teñen como obxectivo axudar aos praceiros a financiar as actividades promocionais que realizan. Grazas a esta achega, na praza de Pontevedra conseguíuse establecer unha imaxe de marca con accións como o reparto de bolsas co logo do mercado e a uniformización dos praceiros. Este ano, a intención da asociación é sinalizar os postos, empregando unha cartelería uniforme en todos e axustada á súa imaxe corporativa. Xa contan cos fondos autonómicos, pero aínda están pendentes da autorización do concello para poder levar o proxecto adiante. Un exemplo máis de falta de implicación por parte da administración local.

Como se está a facer noutros dos mercados galegos pertencentes á rede de FEPRAGAL, a asociación estaría disposta a desenvolver un proxecto da man do concello de Pontevedra para cubrir todas as necesidades

que detectan nas instalacións actuais e achegar unha parte do orzamento necesario para levalo adiante botando man destes fondos autonómicos. Accións semellantes xa se levaron adiante con éxito en prazas como a de Sanxenxo ou a de Lalín.

A pesares desta situación, os praceiros teñen ben claro que o verdadeiramente importante para todos debe ser o cliente. Por iso continúan a realizar campañas de promoción, concursos e outras actividades que buscan implicarlos na vida do mercado. Defenden o papel da praza como dinamizador deste entorno do casco histórico máis afastado do centro, e como actor dentro do tecido económico dunha cidade que leva na súa filosofía a aposta polo comercio de proximidade. A asociación é consciente de que sería máis sinxelo se todos os implicados remaran cara o mesmo lado. Por iso, volve tender a man ao concello de Pontevedra para dar xuntos ese salto e meterse de cheo no século XXI.



# O primeiro mercado

***Reales Carnicerías, en Medina del Campo, é o primeiro mercado de abastos de España. Foi construído no século XVI por orde dos Reis Católicos e a día de hoxe mantén o seu uso orixinal.***

Para visitar o mercado de abastos máis antigo de España, teríamos que desprazarnos á provincia de Valladolid. En Medina del Campo, na avenida Lope de Vega e á beira do río Zapardiel localízase dende o século XVI a coñecida como Reales Carnicerías. A día de hoxe, é o máis antigo dos aproximadamente 1.300 mercados minoristas existentes en todo o estado, e un dos poucos exemplos da súa tipoloxía que manteñen o uso para o que foi construído: a venda de produtos frescos.

Foron os Reis Católicos os que hai cinco séculos deron a orde de construír o edificio, pensado para abastecer de carne unha poboación tan importante como por aquel entón era Medina del Campo. De feito, considérase que as Reales Carnice-

rias é un exemplo da riqueza e da puxanza da vila no momento, e do seu peso no reino de Isabel I de Castela e Fernando II de Aragón. Rodrigo Gil de Hontañón foi o encargado de elaborar o proxecto no ano 1500. Os mestres da vila Juan del Pozo e Agustín Gallego levaron adiante os traballos que non se remataron ata o 1562, xa baixo o reinado de Felipe II.

O edificio foi construído fundamentalmente en ladrillo e pedra, e destinado a acoller o importante mercado da vila. Nos anos 20 do século XX mudou de uso: converteuse no almacén do Corpo de Telégrafos. Unha década despois, a piques estivo de perderse este inmobile histórico: en 1931 ordeouse a súa demolición para aproveitar os materiais

noutras construcións. Finalmente, salvouse e tras este breve paréntese, no ano 1935 volveu á súa orixe e Reales carnicerías recuperou o seu papel como instalacións do mercado de abastos. Aínda que nos anos 50 construíuse un edificio anexo ao orixinal, este derrubouse en 1994.

Foi na década dos 90 cando o concello de Medina del Campo proxectou varias actuacións. A máis importante foi a que se levou a cabo entre os anos 1993 e 1994: unha rehabilitación integral interior e exterior do edificio, que lle permitiu recuperar o seu aspecto orixinal. En 1995 foi declarado Ben de Interese Cultural polo goberno do Estado. No 2012 proxectouse unha nova actuación nel, recuperando, restaurando e consolidando a antiga praza de





Fuente: museoferias.net

abastos; unha intervención que contou cun orzamento de 900.000 euros. As obras leváronse a cabo durante seis meses, e en febreiro do 2017 Reales Carnicerías volveu abrir ao público recuperando a súa imponente imaxe.

Que se trata dun edificio histórico é algo que salta á vista para o seu visitante. Ademais, é un exemplar completo e único na provincia valisoletana, e dos poucos do seu tipo que quedan en toda España. Reforza a súa singularidade o feito de que a día de hoxe se manteña como mercado, tal e como foi concibido varios séculos atrás.

Na actualidade, Reales Carnicerías xoga un papel clave na vida do concello de Medina del Campo. Como

xerador de emprego, acolle quince postos que funcionan a pleno rendemento para a veciñanza e os turistas, e que ofrecen produtos que van moito máis aló da carne. Agora, as carnicerías conviven coas polerías, as peixerías, as froiterías e os postos de venda de verduras, hortalizas e legumes. Ademais, como sucede nas prazas de abastos galegas, Reales Carnicerías tamén se ten convertido nun importante recurso turístico e nun motor de riqueza para Medina del Campo. Dende o concello son conscientes desta función, e na actualidade os postos dos praceiros comparten os espazos centrais con usos comerciais, gastronómicos, expositivos, culturais e artísticos. Por exemplo, tense convertido nun punto de especial interese durante a Feira Renacentista do municipio.

***Os postos de venda conviven con actividades turísticas, gastronómicas e culturais.***





## O Rei do outono gastronómico

“Que a todo porquiño lle chega o seu San Martiño” é unha realidade case absoluta. Por esta época, o porco convértese no rei de calquera mesa outonal que se prece. Pode ser, ademais, coa forma de calquera das súas partes: chourizos, panceta, lacón, cacheira. Non esquezamos que do porco cómese todo. Ou case.



XUNTA DE GALICIA  
CONSELLERÍA DE ECONOMÍA,  
EMPREGO E INDUSTRIA  
Dirección Xeral de Comercio  
e Consumo