

V CONGRESSO INTERNACIONAL

CIDADES CRIATIVAS

25-27 JANEIRO 2017

FACULDADE DE LETRAS DA
UNIVERSIDADE DO PORTO



CITCEM
CENTRO DE INVESTIGAÇÃO TRANSDISCIPLINAR
CULTURA, ESPAÇO E MEMÓRIA



icono 14

Libro de Actas V Congreso Internacional Cidades Criativas

Coordinadores de Actas:

Alves, Luis M; Alves, P y García García, F

ICONO14

Actas Científicas

ISBN: 978-84-940289-8-4

Dirección

Francisco García García

Coordinador General

Ernesto Taborda-Hernández

Diseño de Portada

Fuselog



TOMO 2



LOS MERCADOS COMO EJES VERTEBRADORES DE LA CIUDAD DE FLORENCIA DESDE EL S.XIX.

SHEILA PALOMARES ALARCÓN

HERITAS [PhD]-CIDEHUS-Universidad de Évora
(Portugal)

sheila@uevora.pt

Investigación realizada en el ámbito del PROYECTO- UID/
HIS/00057/2013 - POCI-01-0145-FEDER-007702 y apoyada por el
Premio de Investigación 2016. Universidad de Évora. IIFA

Resumo

“Firenze città d`arte, Firenze bella, Atene d`Italia” (Borsi,1984:9) sufrió una gran transformación urbanística en la segunda mitad del s.XIX tras haber sido elegida capital del reino de Italia. Parte de esta nueva configuración tuvo como objetivo mejorar las condiciones de higiene y salubridad de ciertas zonas centrales que se encontraban en muy malas condiciones, debido entre otras cosas, a los mercados al aire libre. Para mejorar esta situación se ejecutaron tres nuevos mercados cubiertos: el mercado central de San Lorenzo, el mercado de Sant`Ambrogio y el mercado de San Fedriano (demolido pocos años después).

En la actualidad, según Giancarlo Paba, Florencia se ha convertido en “una máquina de belleza”; “un museo frío de la muerte” representado por mil mapas y guías que “hiperrepresentan” una imagen banalizada, carente de significado de la comunicación de Florencia con el mundo. (Paba, 4). En esta “ciudad museo”, de difícil supervivencia para sus ciudadanos -sobre todo para los que habitan en el centro que parecen vivir en un parque temático entre el Renacimiento y un centro comercial- aún se pueden sentir las relaciones sociales más cotidianas, como son hacer la compra en el Mercado de Sant`Ambrogio. Allí, la vida en la ciudad se siente más allá de los numerosos turistas que en un solo día visitan Florencia. Sin embargo, el mercado central de San Lorenzo se ha convertido en un espacio multifuncional muy cuidado y exquisito en el que se ha combina la esencia del mercado con un espacio de ocio y entretenimiento en el magnífico edificio decimonónico no sólo orientado a las gentes del barrio sino a todos los florentinos en general. Se pretende con este artículo contribuir en el discurso generado en torno a los nuevos mercados de abastos.

Abstract

“ Firenze città d`arte, Firenze bella, Atene d`Italia ”(Borsi, 1984:9) suffered a great urban transformation in the second half of the 19th century after having been chosen capital of Italy. Part of this new configuration aimed to improve the conditions of hygiene and healthiness in certain central areas which were in very bad condition, due to the fact of outdoor markets. They built three new covered markets to improve this situation. They were called: San Lorenzo market, Sant` Ambrogio market and San Fedriano market (which was demolished a few years later).

Currently, according to Giancarlo Paba, Florence has become a “beauty machine”; “a cold museum of death” which is represented by thousand of maps and guides as a trivialized image without communication meaning between Florence and the world. (Paba, 4). In this City Museum is difficult to survive for its citizens. Most of them who live in the city centre seems to be living in something similar to a Renaissance theme park or a shopping centre. You can still feel the most daily relationships as buying on the Sant` Ambrogio market. There, life in the city feels beyond the numerous tourists who visit Florence just for one day.

However, San Lorenzo Market has become in a careful and exquisite multifunctional space which combines the essence of the market with the leisure in the beautiful building completed in the nineteenth-century. Also, not only oriented to people from the neighborhood but to Florentine inhabitants in general. This article try to contribute to the discourse generated around the new markets.

PALAVRAS CHAVE

Florencia, mercados, urbanismo, s.XIX, situación actual

KEY WORDS

Florence, markets, town planning, 19th century, current situation

Introducción

El futuro de la venta en los mercados de abastos es incierto. Son muchos los mercados que no completan con comerciantes sus puestos o que no abren todos los días. Su ciclo de vida está cambiando.

Después de la última tendencia que tuvo lugar aproximadamente durante los años 70-80 del siglo pasado en la que se ampliaron y reformaron numerosos edificios, en la actualidad tras haber pasado por un periodo de descuido y nulo mantenimiento en muchos casos, la propensión está siendo rehabilitarlos y convertirlos en “mercados gourmet”, en un nuevo concepto de mercado en el que los usos relacionados con la restauración ocupan más de la mitad de los puestos y en el que en su mayoría se venden productos *delicatessen* a precios mucho más elevados que en los mercados tradicionales.

Poniendo como caso de estudio la ciudad de Florencia, con este artículo se pretende que valoremos la importancia de los mercados en el planeamiento urbanístico de la ciudad desde el siglo XIX. Para ello, se analizan las manifestaciones comerciales y su influencia en el trazado urbano de manera previa a los primeros mercados cubiertos de la ciudad que fueron el mercado central, el mercado de Sant’Ambrogio y el mercado de San Fedriano así como el origen de estos.

Objetivos

Este artículo además de mostrar la influencia que han tenido los mercados en la configuración urbanística de la ciudad florentina desde el s.XIX quiere que reflexionemos sobre sus nuevos usos, su valor y su futuro de una manera transversal ya que son motores de actividad de nuestros barrios.

Por lo tanto, no se trata de plantear una investigación acotada y definitiva de este trabajo sino de intentar contribuir en el discurso generado en torno a los nuevos mercados de abastos.

Metodología

Con la intención de cumplir los objetivos planteados la metodología utilizada en esta investigación se ha basado en una consulta bibliográfica exhaustiva para entender el estado de la cuestión sobre los mercados en el centro histórico de Florencia. Especialmente se ha estudiado la influencia que estos tendrán en el crecimiento de la ciudad durante el siglo XIX así como la literatura referente al estado en el que se encuentran en la actualidad.

Además, se realizó una estancia de investigación en la ciudad florentina durante el verano de 2015 para poder realizar la búsqueda de las fuentes, el trabajo de campo y el análisis de los resultados *in situ*.

1. Los mercados de abastos florentinos. Antecedentes históricos.



Decía Aldo Rossi que concebía la ciudad como una arquitectura. Se refería a la construcción de la ciudad en el tiempo, a una “creación inseparable de la vida civil y de la sociedad” que adquiriría conciencia y memoria de sí misma “entre lo particular y lo universal, entre lo individual y lo colectivo, [...] en la esfera pública y la privada, en el contraste entre el diseño racional de la arquitectura urbana y los valores del *locus*, entre edificios públicos y edificios privados”. Ponía como ejemplo a la ciudad de Florencia:

“Florencia es una ciudad concreta, pero la memoria de Florencia y su imagen adquieren valores que valen y representan otras experiencias. Por otra parte, esta universalidad de su experiencia nunca podrá explicarnos concretamente aquella forma precisa, aquel tipo de cosa que es Florencia” (Rossi, 1982: 61)

Hablaba A. Rossi de la ciudad como memoria colectiva de los pueblos ligada a hechos y a lugares. Como un espacio en el que interaccionar e intercambiar experiencias.

Los mercados son los espacios por excelencia en los que se producen un mayor número de intercambios. Son edificios en su mayoría sin valor arquitectónico reconocido cuando representan nuestra cultura, nuestra evolución histórica y nuestra manera de vivir. Hablamos de una de las construcciones públicas más “públicas”, comunes a todo el pueblo, en las que se produce el mayor intercambio entre las personas: intercambio de dinero, de alimentos, de sonrisas, de charla, de luz, de relación, de encuentro, de evolución. Suelen ser edificios que guardan mucha historia; suelen ocupar antiguas plazas del mercado donde se producían todos estos intercambios pero al aire libre y de manera insalubre o solares desamortizados. Surgen estos mercados desde la necesidad higiénica, desde la evolución humana y urbanística, y se manifiestan muchos de ellos como verdaderas joyas arquitectónicas. (Palomares, 2013:14).

En Florencia desde la Edad Antigua fueron diferentes y numerosos los espacios destinados a la compra y venta de productos aunque durante la Edad Media el Mercado *Vecchio* se convirtió en el mercado más importante de la ciudad. Con el paso del tiempo y el aumento de la población y las necesidades sociales se construyó un segundo mercado muy próximo al original denominado Mercado *nuovo*¹ que fue construido en el siglo XVI (Figura 1). En este periodo las calles hacían de mercados, durante la Edad Media la ciudad era un mercado en sí, motivo por el que muy cerca de sendos mercados también existía la *loggia* del grano (que

1 El Mercado *nuovo* se denominó de esta manera para diferenciarlo del antiguo (*Vecchio*). Su loggia la diseñó en 1564 Bernardo Tasso y se pensó en su origen para vender seda, sombreros de paja y objetos preciosos; se ubicaba muy próximo al mercado viejo donde se vendían los comestibles. El edificio se construyó en la línea de los mercados florentinos. La planta estaba dividida y ritmada por veinte columnas gruesas de piedra de orden compuesto recubiertas por bóvedas vaídas que organizaban el espacio interior en tres espacios contiguos que dividían la circulación de las personas en tres zonas. En una nave se reunían los viejos vendedores, en otra los hombres de mediana edad y en la tercera los jóvenes “Giovanni di primo pelo”. En las cuatro esquinas, en dos de las caras de cada pilastra, diferentes hornacinas cerraban los ángulos. En estos ocho nichos tendrían que haber habido ocho estatuas de mármol que representaran actos mercantiles en su origen pero no se realizaron hasta el s.XIX, que son las que vemos hoy. En el centro exacto de la loggia se puso una piedra redonda de mármol blanco y negro para conservar la memoria del lugar exacto en el que se condenaban a los deshonorados con burlas públicas. Con el paso del tiempo se ha colocado en un lateral (en la calle Por S. María, por deseo de Ferdinando II) un jabalí de bronce que se ha convertido en la “marca” de este mercado denominado “El Porcellino”. Se trata de una fuente que servía para dotar de agua a los comerciantes y que está documentada al menos desde 1640. (Borsi, 1984: 68-70)



a posteriori fue reconvertida en la Iglesia de Orsanmichele) o la sede corporativa de los diferentes gremios, razón por la que aún se conservan nombres de calles vinculados a la actividad comercial como la Plaza del aceite o la Plaza del vino.



Figura 1. Mercato nuovo de Florencia. Imagen de la autora. Agosto 2015

El Ayuntamiento a partir de 1864 empieza a replantearse la demolición del *mercado Vecchio* por “grasiento, maloliente bubón en el corazón de la ciudad”, “excrecencia monstruosa que del antiguo esplendor sólo se conservan miserables vestigios” (Borsi, 1984: 93) para sustituirlo por tres mercados nuevos: uno central y dos periféricos de manera que se descentralizaría la actividad que se producía sólo en el mercado *vecchio* y podría reordenarse el centro poco a poco.

El mercado central (1874) se ubicaría próximo a la Iglesia de San Lorenzo, en la zona denominada / *Camaldoli de San Lorenzo* para lo que se tendrían que demoler una serie de “laberínticas y sucias calles y casuchas” que serían el reflejo de una ciudad en la que predominaba la miseria, el mal estado de los edificios e insalubres condiciones de vida según denunciaban varios historiadores y periodistas en el momento (Borsi, 1984: 93). Este proceso fue muy rápido ya que la construcción del mercado central se situó en el primer plano de entre las propuestas de reestructuración de la nueva capital italiana.

De los otros dos mercados uno se situaría cerca de la Puerta La Croce (que eliminaría el mercadillo de San Piero) y se denominaría Mercado de Sant` Ambrogio y el otro se ubicaría en *I Camaldoli di San Frediano* para la comodidad de las gentes de Oltrarno y se denominaría Mercado de San Frediando. (R.M.; G.P., 1874: 11)



Figura 2. Mercado de las Pulgas en vía Pietrapiana. Loggia vasariana situada en el antiguo Mercado **Vecchio** de Florencia. Imagen de la autora. Agosto 2015

En 1866 el municipio aprobó el *Piano Regolatore Edilizio* ya que el traslado de la capital de Italia a Florencia hizo que las ambiciones de la ciudad fueran numerosas, y que la mejora de las condiciones urbanísticas se convirtieran en una prioridad. Sin embargo, Florencia sólo fue capital durante seis años y muchos de los proyectos previstos no se llevaron a cabo, o tardaron más tiempo en realizarse. Por este motivo, la intención inicial de demoler el mercado *vecchio* debido a las preocupantes condiciones en las que vivían sus habitantes no se pudo realizar hasta 1888, momento en el que evacuarían la zona, se expropiarían los inmuebles y se demolería el mercado *vecchio* del que se conservaría la *loggia vasariana* (la *loggia* del pescado proyectada por Giorgio Vasari en 1567) que se reconstruiría en la vía Pietrapiana en el siglo XX. (Figura 2)

1.1. El mercado central de San Lorenzo

El edificio del Mercado central de San Lorenzo fue una de las primeras construcciones metálicas realizadas en Italia. Abrió sus puertas el primero de mayo de 1874 con motivo de la Exposición Internacional de Horticultura tras cuatro años en obras. El proyecto fue redactado en 1869 por el ingeniero Mengoni (quien también proyectó la galería Víctor Manuel II de Milán). (Romano, 1978: 4)

El mercado central se sitúa en una parcela trapezoidal en la que ocupa un espacio rectangular de 81 m de ancho por 69 m de largo alcanzando más de 5600 m² de superficie (R.M.; G.P., 1874: 17) (Figura 3).



Figura 3. Mercado central San Lorenzo. Planta. <https://www.bing.com/mapspreview>

El proyecto se inspiraba totalmente en *les Halles* de París² tanto en las características formales como en el lenguaje arquitectónico. Se trataba de un esqueleto estructural de vidrio y cristal en cuyo interior se distribuían los puestos de venta modulares. Sin embargo, Mengoni introdujo una diferencia importante con respecto al mercado francés al proyectar en la planta baja un cerramiento exterior de sillares de piedra de 14,5 m de altura y 1,5 m de espesor de lenguaje arquitectónico neo-renacentista. La fachada está perforada por los diferentes huecos rematados con arcos de medio punto que conjugan armoniosamente con la estructura de hierro fundido. (Figura 4). El ingeniero combinó a la perfección la técnica tradicional y las decoraciones clásicas como por ejemplo en las columnas de hierro, cuyos capiteles son de orden corintio con motivos florales de lirio entre las volutas o en el resto de la estructura metálica donde los juegos de tracería introducían el estilo *liberty*. De esta manera consiguió aliar el clasicismo renacentista predominante en el barrio de San Lorenzo con los nuevos materiales metálicos.



Figura 4. Mercado central San Lorenzo. Fachada exterior. Imagen de la autora. Agosto 2015

² *Les Halles* lo formaban 14 pabellones de hierro y cristal unidos por bóvedas y proyectados en 1845 por Víctor Baltard. Las cubiertas estaban sostenidas por un número mínimo de soportes de fundición con linternas sobre elevadas que permitían un circuito de ventilación cruzada. Tuvieron un papel muy influyente en los mercados del resto de Europa y se demolieron en 1972. (Castañer, 2006)

El edificio está dividido en tres naves con cubiertas a dos aguas cuyos soportes son de hierro fundido de sección variable (incluyendo perfil octogonal, circular y cuadrado de abajo hacia arriba). La nave principal alcanza casi 30 m de altura y las naves laterales 24 m que eran unas dimensiones excepcionales para la época. Todas las cerchas de las cubiertas son de hierro y están delicadamente decoradas. (Figura 5). En la carpintería utilizó vidrio esmerilado que dotaba de gran iluminación al espacio. (Romano, 1978:5-6)

El mercado en un principio se utilizó como un gran hall para exposiciones en el que se celebró la Exposición Internacional de Horticultura (con la que se inauguró) y *a posteriori*, después de estar dos años sin uso, se organizó la Feria Industrial de 1876 y empezó a utilizarse como mercado de abastos.

Su construcción despertó críticas en la sociedad como las de Comparini, en 1881, quien decía que en Florencia el mercado se había hecho siempre en la plaza, en las tiendas, a cualquier hora del día y de la tarde, por lo que con el nuevo mercado hecho a la francesa la obra resultaba incompleta, insuficiente y sin adaptar. (Borsi, 1984: 93) Canestrelli escribió que siguiendo los ejemplos de Viena, Berlín y Frankfort también Florencia se había dado el lujo de tener un mercado cubierto al estilo del de París aunque las construcciones enteramente en hierro y cristal no se correspondían con los florentinos ya que los espacios así cerrados son demasiado calientes y se adaptaban mal para la conservación de comestibles. Sugería que la tipología que tenían que utilizar era la de los mercados a la italiana, es decir, compuestos por pórticos bajo los cuales se abrían muchas tiendas en las que los espacios serían amplios, secos y bien ventilados para la conservación de los productos alimenticios.

El mercado estuvo utilizándose durante 100 años hasta que en 1976-1980 se realizaron una serie de obras de restauración debidas al mal estado en el que se encontraba la estructura. (Romano, 1976: 5). El objetivo fundamental de la intervención fue respetar el carácter histórico del edificio para lo que crearon en la cubierta una subestructura de acero que revestirían con paneles sándwich y crearon en el interior una planta intermedia. En 2014 fue de nuevo intervenido por Archea Asssociati quienes manteniendo la estructura original y restaurando el edificio, diversificaron los usos, es decir, el uso de mercado propiamente dicho se mantuvo en la planta baja y en la planta superior (*Il primo piano*) crearon un espacio de ocio orientado fundamentalmente a la restauración.



Figura 5. Mercado central San Lorenzo. Interior. Imagen de la autora. Agosto 2015

1.2. Los mercados periféricos: San Fedriano y Sant`Ambrogio

Mengoni, el arquitecto que proyectara el mercado central de San Lorenzo, también hizo el proyecto de los otros dos mercados periféricos: Sant`Ambrogio y San Fedriano. Los diseñó en la misma línea que el mercado central pero más simplificados y más pequeños ya que no tenían que resolver el problema de la “monumentalidad” que suponía estar cerca de San Lorenzo.

El mercado de Sant`Ambrogio se inauguró en mayo de 1873 (es el mercado más antiguo de Florencia) solucionando con acierto desde el punto de vista urbanístico la congestión de flujos que había en torno a la Plaza Ghiberti y sus calles adyacentes en las que se colocaban los puestos ambulantes y los cajones sucios con el suelo. En el nuevo mercado cubierto todos los puestos se ubicarían en su interior y la circulación en el exterior sería mucho más fácil.



Figura 6. Mercado central San Lorenzo. Planta. <https://www.bing.com/mapspreview>

Se trata de un edificio de planta rectangular de una sola nave de estructura metálica cerrada por un sencillo lucernario en la cubierta, que ilumina y ventila el conjunto, sostenida por unas sencillas cerchas a dos

aguas y tirantes horizontales de hierro. (Figura 5).



Figura 7. Mercado central San Lorenzo. Interior. Imagen de la autora. Agosto 2015

El cerramiento exterior evidencia la sutileza de los pilares portantes de la estructura situados entre unos paneles de yeso a dos caras que cierran la planta baja con 3 m de altura así como un cerramiento superior de persianas fijas metálicas y el resto de la estructura portante. (Figura 6).



Figura 8. Mercado central San Lorenzo. Interior. Imagen de la autora. Agosto 2015

Estuvo desempeñando su papel principal de mercado de frutas y hortalizas hasta que se realizara un nuevo mercado para ese fin en la zona del Novoli (1955). Desde entonces, y después de varias obras de rehabilitación y mantenimiento, sigue en uso como mercado de abastos de la zona y vende todo tipo de género.(Figura 7).

El mercado de San Frediano se inauguró en 1875. Fue idéntico en forma y dimensiones al de Sant`Ambrogio y se situó próximo a la muralla y a la puerta de San Frediano. Después de restaurarse en

1889 fue demolido al inicio del siglo XX. (Borsi,1984: 98)

2. ¿Qué papel tienen en la ciudad florentina el mercado central de San Lorenzo y el mercado de Sant`Ambrogio en la actualidad?

En la actualidad el mercado de Sant`Ambrogio continúa siendo el centro neurálgico abastecedor de la plaza Ghiberti y sus alrededores. En su interior se vende fruta, verdura, carne, pescado y otros productos alimentarios (pasta fresca, embutidos, quesos, legumbres, panadería, pastelería, etc). Hay 3 locales hosteleros donde puedes comer o tomar un café. Allí los precios son económicos, adaptados a la cotidianidad. Sus gentes se conocen; el trato es cercano y personal. La mayoría de los negocios tienen el nombre o el apellido de sus dueños. Abre de lunes a sábado en horario de 7:00-14:00h³ y desde las 6 de la mañana se escucha el barullo de los transportes con la mercancía y todo el género empieza a ser colocado. Los coches ya se han ido, sí, porque en los alrededores del mercado, unas grandes marquesinas en tres de sus lados funcionan como aparcamiento por la tarde y por la noche; y por la mañana son el mercado al aire libre de Sant`Ambrogio donde puedes encontrar verduras, frutas, flores, ropa o antigüedades. La vida en el mercado está más allá de su interior, invade la plaza y los alrededores con sus gentes, su ruido, sus olores.

Sin embargo, el mercado central de San Lorenzo es un espacio multifuncional orientado no sólo a los habitantes del barrio sino a toda la ciudad. Ha integrado el espacio de compra y venta con el entretenimiento, nuevas experiencias, servicios de restauración y espacio de encuentro. Forma parte de las listas turísticas florentinas tanto de espacios para ver como para comer.

En su interior están divididos los usos en dos niveles: en la planta baja se ubica el mercado de abastos con conexión directa al aparcamiento subterráneo que abre de lunes a viernes de 7:00-14:00h y los sábados de 7:00-17:00h y en la planta primera está la zona de restauración con horario diario de 10:00-24:00h. En la zona de mercado hay alimentarios, herboristerías, floristerías, fruterías, carnicerías, panaderías, pastelerías, tiendas de frutas secas, frutos secos, embutidos, etc. Hay 3 enotecas, 6 restaurantes, 3 zonas libres donde comer y varios espacios donde comprar pizza y pastas⁴. La mayoría de los negocios tienen el nombre o el apellido de sus dueños al igual que en la planta primera que se enfoca como una plaza cubierta destinada a la restauración, el ocio y el entretenimiento donde hay 12 tiendas de profesionales artesanos y otros servicios como banco, librería, “una escuela de cocina, otra para degustaciones de vino y un servicio de entrega a domicilio. Tiene 500 sillas donde sentarse a comer alguno de los platos que cocinan con los mismos productos que se venden en el mercado. Además, el mercado es un espacio expositivo y se desarrollan en él numerosos eventos culturales y talleres.

3 <http://www.mercatosantambrogio.it/il-mercato/>

4 <https://mercatocentralefirenze.wordpress.com/>

La restauración del edificio de Mengoni ha sido muy cuidada, respetuosa y con buen gusto. Ha vuelto a re-habitar un espacio que estaba abandonado y ha conservado la multifuncionalidad que lo ha caracterizado desde que se construyó (recordemos que fue sede de diferentes Ferias y Exposiciones). Sin embargo, no es un mercado para los habitantes del barrio sino que tiene un carácter más exclusivo y turístico.

Conclusiones

En este artículo hemos podido mostrar la influencia que han tenido los tres primeros mercados cubiertos en la configuración urbanística de Florencia, es decir, contribuyeron en el nuevo planeamiento de la ciudad del siglo XIX reorganizando los espacios comerciales que se estaban desarrollando al aire libre y en cajones desde tiempos inmemoriales, pero que en ese momento, derivado del crecimiento demográfico de la nueva ciudad industrial, se habían generado espacios insalubres y dificultaban los flujos de las nuevas circulaciones en los diferentes barrios.

En la actualidad sólo existen dos de los tres originales: el mercado de Sant `Ambrogio que conserva su uso original como mercado de abastos y da servicio al barrio y a sus gentes de manera horizontal manteniendo el fuerte vínculo entre los ciudadanos y la ciudad a pequeña escala; y el mercado central de San Lorenzo que se ha convertido en un espacio multifuncional que combina el espacio de abasto con el de restauración, ocio y usos culturales.

Pese a la tendencia que se ha tenido en numerosas ciudades europeas de convertir antiguos mercados de abastos, en mercados “gourmet” solamente, en Florencia han sabido combinar los usos mercantiles adaptándolos a las necesidades actuales con una rehabilitación muy cuidada que pone en valor y re-habita el espléndido edificio decimonónico.

Es decir, las necesidades de abasto actuales han cambiado con respecto a las del siglo XIX (Palomares, 2013: 143) momento en el que no había centros comerciales ni supermercados ni la ciudad estaba tan fragmentada como lo está hoy (motivo por el que 5600 m² podrían haberse considerado demasiada superficie para ocuparla sólo con puestos a la manera tradicional). La ciudad ha cambiado y se ha transformado profundamente (Paba, 2002: 591) y pienso, que la solución de utilizar las dos plantas del edificio de manera independiente, manteniendo el mercado de abasto e introduciendo en la planta primera otro uso con otro horario, ha sido acertada ya que da vida al edificio en su totalidad. Además, el enfoque gastronómico y artesanal que potencia y da visibilidad a la cultura italiana mediante exposiciones, talleres y un sinfín de eventos hacen que el espacio no se haya convertido en un “mercado gourmet”, simplemente hostelero.

Otro debate sobre el que reflexionar (si bien no es el objeto de esta investigación) sería qué ciudadanos son los que van a comprar al mercado central de San Lorenzo en una ciudad histórica en la que según Giacarolo Paba se transforma progresivamente en el centro de la vida social y ha generado un punto de

encuentro detrás de un parque temático del renacimiento y en un centro comercial en el que las calles y los espacios públicos, más que para ser vividos, se han convertido en un espacio de tránsito de camino al trabajo o a casa (Paba, 16) .

Según los florentinos más ancianos el mercado antes de su última reforma había perdido su “carácter popular” influido entre otras cosas por las nuevas poblaciones que habían llegado como consecuencia de las nuevas mercancías que se vendían en los alrededores del mercado (Frantz, 2006: 1). En la actualidad, es un “mercado cosmopolita” (Frantz, 2006: 2) que vende a precios más elevados que en otros mercados y en el que sus vendedores están también orientados a atender bien al turista.

Con este trabajo se ha intentado contribuir en el discurso generado en torno a los usos y reusos de los antiguos mercados de abastos poniendo como estudio de caso la ciudad florentina que conserva la originalidad del mercado de Sant`Ambroggio y ha cambiado su uso original en el mercado central de San Lorenzo. En este último, después de la rehabilitación, y pese a tener una orientación más bien turística ha conseguido conservar el espacio de abasto y la dinámica del mercado como lugar de suministro, generando un espacio de reunión adaptado a la transformación social del barrio en la actualidad. Contribuyendo a hacer ciudad.

Referencias

- Borsi, F. (1984). *Firenze: la cultura dell`utile. Schede a cura di: Paola Maresca*. Firenze: Alinea editrice s.r.l
- Castañer Muñoz, E. (2006). *La arquitectura del hierro en España. Los mercados del siglo XIX*. Madrid: Real Academia de la Ingeniería, D.L.
- Frantz, D. (2006). Esplorare un mercato cosmopolita. *HALD. La Nuova Citta*, 8 (11/12), 9p. <halshs-00559916>
- Paba, G. (2002). Mercate e strade: Transformazioni e tendenze nella città di Firenze. *Rivista Geografica Italiana*, vol. A. CIX, Fasc. 3. settembre, pp. 589-598, ISSN:0035-6697
- Paba, G (Coord). *Insurgent city. racconti e geografie di un'altra Firenze*. Firenze: Università di Firenze. Laboratorio di progettazione ecologica degli insediamenti del Dipartimento di Urbanistica e Pianificazione del Territorio
- Palomares Alarcón, S. (2013). *Arquitectura industrial: mercados de abastos en la provincia de Jaén. Y otros ejemplos andaluces*. Jaén: Fundación Caja Rural de Jaén.
- R.M.e .G.P. (1874). *Il Nuovo Mercato Centrale di Firenze*. Firenze: Tipografia del Vocabolario diretta da G. Polverini.
- Romano, G. (1976). Rinasamento della struttura di ferro e guisa del Mercato Centrale San Lorenzo a Firenze. *ACCIAIO*, 9. Edizione italiana della rivista internazionale. ACIER-STAHLE-STEEL. pp.1-7
- Romano, G (1978). Storia e restauro della copertura di acciaio del Mercato Centrale San Lorenzo a

Firenze. *COSTRUZIONI METALLICHE*, 5, pp.3-8

- Rossi, A. (1966). *La arquitectura de la ciudad*. España: Editorial Gustavo Gili