



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Máster

Una mirada al pasado del Mercado Central.
La puesta en valor del fondo fotográfico de la
Asociación de Detallistas del Mercado Central

Autor/es

Natalia Domínguez Fernández

Director/es

Natalia Juan García

Facultad de Filosofía y Letras
Diciembre 2017

RESUMEN

La Asociación de Detallistas del Mercado Central de Zaragoza alberga un magnífico fondo fotográfico desconocido para el público. A través de las 171 fotografías que posee, se puede descubrir la historia de un mercado de abastos con más de cien años de historia. Fue construido en 1903, por la sociedad anónima *Nuevo Mercado de Zaragoza* a partir del diseño del arquitecto Félix Navarro.

Su emplazamiento es lugar de comercio de los zaragozanos, ya desde el siglo XIII, cuando Jaime I el Conquistador decretó allí su ubicación, por lo que su valor patrimonial histórico e identitario hace a este fondo, único e incomparable.

El objetivo de este proyecto de gestión cultural es la recuperación de este fondo, su salvaguarda y puesta en valor de las fotografías, para su investigación y conservación. A través de estrategias de difusión y dinamización, con exposiciones del fondo fotográfico se pretende acercar al público al mercado central y su pasado, fomentando la memoria local del lugar.

Palabras Clave: Mercado Central, Zaragoza, fondo fotográfico, puesta en valor, dinamización.

RÉSUMÉ

L' Association *Detallistas del Mercado Central* à Saragosse accueille un merveilleux fond photographique, méconnu face au public. Parmi les 171 photographies concernées, nous pouvons découvrir un marché central avec plus de cent ans d'histoire. Il a été construit en 1903 par la Société Anonyme *Nuevo Mercado de Zaragoza* avec le design de l'architecte Felix Navarro.

À partir du décret de la localisation du marché par Jaime I el Conquistador au XIII^e siècle, il est devenu un point d'échange commerciale. C'est grâce à sa valeur patrimoniale historique et identitaire que le fond photographique est considéré comme unique et incomparable.

Le but de ce projet de gestion culturelle est la récupération de ces images, ainsi que leur protection et leur mise en valeur , ce qui permettrait de les analyser et de les conserver. Grâce aux stratégies de diffusion et de dynamisation de ce fond photographique, nous essayons de rapprocher le public au Marché Central et son passé, en promouvant la mémoire locale du lieu.

Les mots-clés: Le Marché Central, Zaragoza, le fond photographique, la mise en valeur, la dynamisation.

1.- CONTEXTO DEL PROYECTO

1.1. Antecedentes.....	6
1.2. Finalidad.....	6
1.3. Análisis del entorno.....	6
1.4. Organización gestora.....	8
1.5. Diagnóstico transversal.....	9

2.- DEFINICIÓN DEL CONTENIDO DEL PROYECTO

2.1.Destinatarios.....	10
2.2. Contenidos.....	11
2.3. Objetivos.....	14
2.4. Estrategias.....	14
2.5. Actividades.....	15
2.6. Modelo de gestión.....	18

3.- PRODUCCION DEL PROYECTO

3.1.Organización y recursos humanos.....	19
3.2. Infraestructuras.....	19
3.3. Comunicación.....	21
3.4. Planificación. Cronograma.....	22
3.5. Financiación y presupuesto.....	23

4.- PROCESO DE EVALUACIÓN.....25

5.- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y WEBGRAFÍA.....26

6.- ANEXOS.....28

1. CONTEXTO DEL PROYECTO

1.1. ANTECEDENTES

La Asociación de Detallistas del Mercado Central de Zaragoza (ADMC) atesora un fondo fotográfico impresionante del recorrido de la historia del Mercado Central desde su construcción en 1903. Además de planos originales de Félix Navarro de las diferentes fases constructivas. La Asociación se puso en contacto con la profesora Natalia Juan para saber cómo actuar con el patrimonio material que poseían. Les visitó el profesor Juan Carlos Lozano junto a la profesora Adelaida Allo, de Biblioteconomía y Documentación, que les hicieron unas primeras recomendaciones y les pusieron en contacto con una restauradora de papel. La Asociación les pidió si era posible que una persona les ayudase a poner a salvo los materiales, documentarlos, catalogarlos y plantear estrategias de difusión. Por lo que consideramos que era un buen proyecto de gestión para desarrollarlo como Trabajo Fin de Máster, al ser un tema de actualidad y una gran oportunidad de poder trabajar con material inédito tan valioso.

1.2. FINALIDAD

Salvaguardar el patrimonio material fotográfico y los planos de Félix Navarro que posee la Asociación de Detallistas del Mercado Central y conservarlos en el lugar idóneo con unas condiciones óptimas para su perduración. Tras ello, realizar una catalogación para poder trabajar e investigar dicho patrimonio material, que permita su puesta en valor y difusión al público a través de exposiciones y otras estrategias.

1.3. ANÁLISIS DEL ENTORNO

El Mercado Central de Lanuza se ubica en el Casco Antiguo de Zaragoza, centro histórico de la ciudad. Se localiza en la Plaza Lanuza insertado en la trama urbana entre el Paseo Echegaray y la Avenida Cesar Augusto. Es el límite de la antigua ciudad de la Zaragoza romana, y aún hoy conceptualmente sigue siendo un límite hacia el Barrio San Pablo.

Tiene una localización privilegiada cercano a la Plaza del Pilar y la ribera del Ebro, dato potencialmente explotable para su futura revitalización y dinamización. La fachada Norte del

edificio queda frente a un espacio abierto donde se ubica el monumento a *Caesar Augusto*, emperador romano, fundador de la ciudad. Junto esta estatua, se localizan restos de las murallas romanas y la oficina de turismo de Zaragoza.

La fachada Sur se abre hacia la avenida Cesar Augusto y desemboca en ella, la calle Torrenueva, camino que te lleva hacia la calle Alfonso, una de las arterias principales de la ciudad, por la que pasean todos los turistas que acuden a la ciudad.

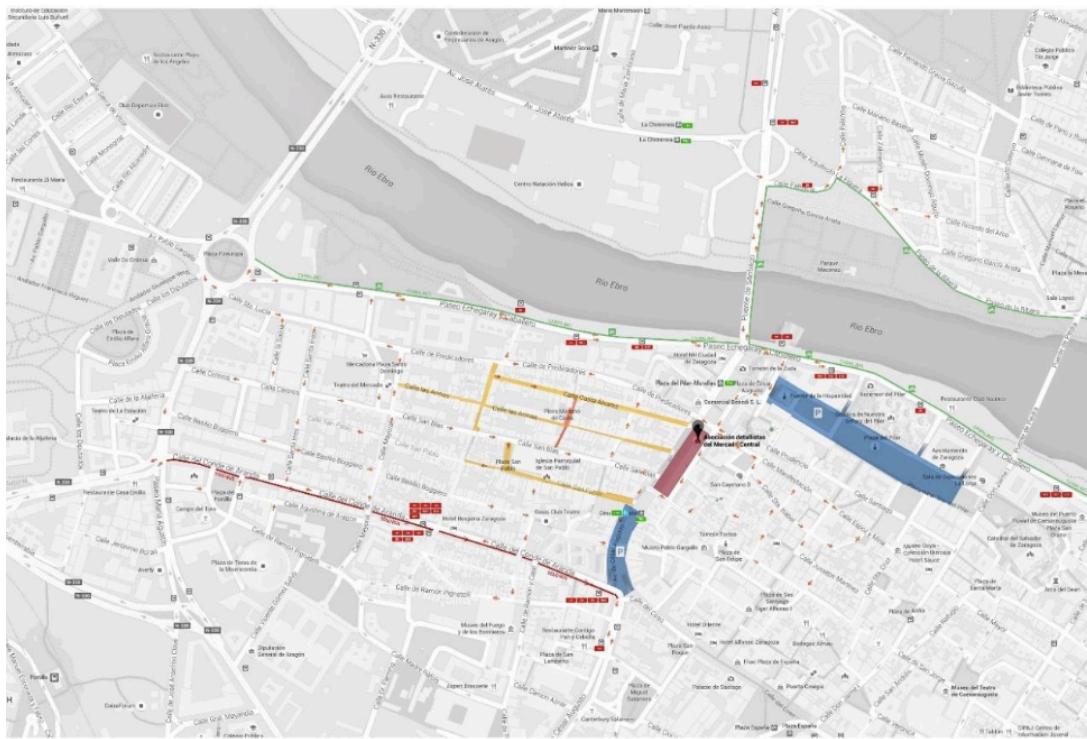
La fachada Este es donde se concentra la zona de carga y descarga del Mercado por lo que es una zona de servicios. Y la fachada Oeste se abre a la avenida Cesar Augusto y hacia el barrio San Pablo, barrio humilde y multicultural que desde hace unos años vive una revitalización y dinamización cultural gracias a la asociación de Las Armas¹, ubicada en pleno corazón del barrio. Esta asociación de gestión privada ha creado un espacio cultural que promueve muchas actividades de carácter social y educativo, para integrar a los vecinos del barrio y ha conseguido que ciudadanos que jamás visitarían esa zona de la ciudad, acudan a sus actividades y se relacionen con ellos. Este factor ha hecho que esa zona a la que da del Mercado Central reviva y se ha creado un mejor concepto en la mente del ciudadano, por lo que es algo muy provechoso para la futura dinamización del Mercado.

El Mercado se sitúa en un entorno muy favorable, por su proximidad a la Basílica del Pilar, lugar al que acuden más de cinco millones de visitas al año.² Al estar junto al Centro Histórico de la ciudad, es donde existen un mayor número de museos. Como los dedicados a la historia de Zaragoza en su época romana, que configuran la Ruta de Caesaraugusta por todo el casco histórico. El Museo Pablo Gargallo, que se ubica en la Plaza San Felipe a escasos metros del Mercado Central. El *Museo Goya- Colección Ibercaja*, en la calle Espoz y Mina a cinco minutos andando del Mercado. Y para destacar en última al *Alma Mater Museum*, en el Paseo Echegaray, también cercano al mercado. Por lo tanto, el Mercado Central se ubica en un zona cultural y de ocio que tiene mucha afluencia de turismo. En la actualidad no está integrado como lugar al que acudir para ser disfrutado, si acaso solo para visitarlo y admirar

¹Las Armas [en línea], disponible en: <<http://www.alasarmas.org>> última fecha de consulta[26/11/2017]

² Soy de Zaragoza[en línea], disponible en: <<https://www.soydezaragoza.es/pilar-zaragoza-monumento-mas-visitado-espana/>> última fecha de consulta [26/11/2017]

el edificio por fuera. La clave será integrarlo en el centro Histórico de Zaragoza para que el ciudadano entre como al resto de museos y espacios de ocio de la ciudad.



1.4. ORGANIZACIÓN GESTORA

La Asociación de Detallistas del Mercado Central (ADMC) fundada en 1963, coordina, supervisa y gestiona las operaciones del Mercado Central, así como informar al ciudadano y cliente, centralizar los canjes promocionales y hace las veces de oficina del consumidor y de objetos perdidos a través de un puesto de información que aconseja e informa de los distintos puestos y especialidades de los mismos.

La ADMC recogedora del testigo que dejó la Sociedad Nuevo Mercado en 1903 y con la tradición generacional heredada de más de 800 años de comercio, tras su fundación en 1963, sigue hoy en día realizando la labor de coordinación, supervisión y gestión de la totalidad de los operadores del Mercado Central.

La ADMC surgió del movimiento de protesta de grupos de identidad e interés propios que se enfrentaron al poder constituido. Su constitución nace contra el derribo del Mercado Central en los años 60. La ADMC presidida por D. Lázaro Soler inició una campaña de apoyo al

Mercado a la que se unieron grandes nombres de la época del ámbito cultural, hasta conseguir su objetivo culminado en la catalogación del edificio como monumento Histórico en 1978.

Sería ésta misma la que iniciase en los años 80 la reforma del Mercado Central para modernizarlo en cuanto a infraestructuras e instalaciones. En la actualidad sigue luchando por la defensa e intereses de los detallistas además de realizar una labor cultural y educativa con sus visitas organizadas a colegios, y una labor informativa en cuanto a una correcta alimentación y buenos usos de la comida a través de su página web, que también recoge la historia del Mercado Central y curiosidades del entorno.

1.5. DIAGNÓSTICO TRANSVERSAL

DAFO

INTERNO	EXTERNO
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Mercado Central, lugar de comercio. • No existe un archivo con unas condiciones óptimas para la conservación del patrimonio material. 	<ul style="list-style-type: none"> • No es un lugar considerado como un espacio cultural por la ciudadanía. • Lugar de compras.
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Lugar con mucha frecuencia de público. • Asociación de Detallistas del Mercado Central como un potente dinamizador y gestor. • Fondo fotográfico que poseen. • Mercado Central como edificio icónico e histórico de Zaragoza. 	<ul style="list-style-type: none"> • Saber captar la atención de las muchas personas que acuden al Mercado Central. • Aprovechar el empuje de la reforma del Mercado Central de 2018, y la publicidad que va a tener- • Futura inauguración de la reforma del Mercado Central en 2019. • Múltiples espacios culturales en Zaragoza que pueden albergar exposiciones temporales del fondo mientras permanezca cerrado el mercado.

2. DEFINICIÓN DEL CONTENIDO DEL PROYECTO

2.1. DESTINATARIOS

Este proyecto va dirigido al público en general puesto que el material que se expone puede ser consumido por todos los ciudadanos dado que es algo interesante que relata la historia del Mercado Central. Además no presenta una dificultad de comprensión puesto que no son necesarios conocimientos previos para poder entender el patrimonio material que se muestra. Se pretende realizar un proyecto de gestión que revitalice el concepto cultural del mercado que atraiga turismo que acuda por la oferta de actividades y por visitar el edificio por su singularidad. Además modernizando la oferta cultural estaría dirigido para conseguir atraer público más joven que de normal no acuden al Mercado Central.

Al ser en su mayoría fotografías donde aparecen detallistas del Mercado Central desde los años 50, también puede ser una exposición ideal para los descendientes de las personas que aparecen y que puedan reconocer a sus antepasados, desarrollando su actividad como comerciantes. En relación con este tipo de destinatarios existen asociaciones y organizaciones a los que se puede dirigir este proyecto que estén vinculados con la memoria histórica, la memoria local de Zaragoza, un ejemplo de ello lo encontramos en el *Proyecto Memoria Personal*³. También se puede dirigir en relación con lo anterior, con la memoria local, unido a la imagen, con la búsqueda de proyectos que tengan los mismos intereses para crear vínculos de colaboración, posibles consumidores de la exposición y referencias. De esto encontramos un proyecto muy interesante en Huesca llamado *Programa VisiONA* organizado por la Diputación Provincial de Huesca⁴.

Además otro grupo al que va dirigido es a los actuales detallistas, puesto que pueden descubrir la historia del lugar donde trabajan y las conocer personas que en su día estuvieron

³ El Archivo de la Memoria Personal es una base de datos de documentos personales como dietarios, autobiografías de Cataluña y de los territorios de habla catalana. Buscan otorgar visibilidad a la memoria personal poniéndola al servicio de los investigadores para contribuir al conocimiento histórico de Cataluña, a la par que su puesta en valor como material de referencia. Disponible en: <<http://www.memoriapersonal.eu/>>, última fecha de consulta [26/11/2017].

⁴ El programa *ViSiONA* es un proyecto cultural cuyo objetivo es fomentar, apoyar y difundir la creación artística y el pensamiento contemporáneos en torno a la imagen en diferentes soportes. Para ello se basan en la educación y la participación ciudadana como estrategia para acercar la reflexión y prácticas artísticas contemporáneas al público. Disponible en: <<http://www.dphuesca.es/programa-visiona>>, última fecha de consulta [26/11/2017]

allí, algunas muy queridas y figuras históricas del Mercado Central. Aparte hay una sección de fotografías del edificio y su construcción puesto que pueden ver cómo se edificó el lugar donde trabajan y valorar su grandeza por su historia.

Por ser un fondo que a través de sus fotografías y planos cuentan la historia del Mercado Central, otro posible consumidor de la exposición son los ciudadanos de Zaragoza, por el aprecio que se le tiene al Mercado Central como edificio histórico y emblema de la ciudad como monumento y bien de interés cultural. Sobre todo al ser una exposición ideada para estar colocada en el Mercado Central, se puede visitar gratuitamente y acercarse fácilmente todos los consumidores y habituales compradores del Mercado Central, así que la clave es captar la atención de la gente que solo va a comprar.

Otro tipo de público que puede estar interesado son los expertos en fotografía y amantes de la fotografía antigua que puedan valorar el trabajo de recopilación y conservación que ha realizado la ADMC.

Por último aunque en menor medida, otro sector interesado son los que quieran apreciar la obra de Félix Navarro, ya que se pueden ver sus planos originales y ver su resultado al visitar el edificio.

2.2. CONTENIDOS

El contenido de este proyecto se basa en el fondo patrimonial que posee la ADMC que consta de 171 fotografías. También poseían 10 planos originales realizados por el arquitecto Félix Navarro durante su construcción en 1903, que han guardado hasta la actualidad pero que son propiedad del Ayuntamiento de Zaragoza y ya no van a formar parte del fondo patrimonial de la ADMC.

El fondo recorre la historia del Mercado Central desde su construcción en 1903 a través de imágenes inéditas. La colección fotográfica se puede dividir por décadas porque no se pueden datar algunas de las fotografías con una fecha exacta, por lo que un primer trabajo de organización de la ADMC fue agruparlas por décadas, y es una organización que quieren mantener, por lo que en este proyecto se respeta esta división.

Comienza con un plano del s. XV del mercado, dado que el mercado de Zaragoza se ubica en la actual plaza del Mercado desde comienzos del s XIII hasta la actualidad desde el privilegio concedido por Pedro II en 1210, ratificado por su hijo Jaime I en 1218 para trasladar el mercado desde la actual Plaza España al sector de la desaparecida Puerta de Toledo. Tras esta fotografía que es más un dibujo de lo que se considera que era el Mercado en el s XV, se da un salto temporal hasta la construcción del Mercado Central y su inauguración. Hay una sola fotografía de la década de los años 20 del estado del Mercado Lanuza, así llamado entonces.

El siguiente grupo de fotografías trata de los años 40, que incluyen imágenes inéditas de desfiles de la Victoria por la plaza Lanuza tras la Guerra Civil Española (1936-1939). Y ya comienza a recoger imágenes de puestos del Mercado y sus protagonistas.

Y así continúa por la década de los años 50, donde la mayoría de fotos reflejan a los comerciantes en sus puestos, figuras que fueron de gran relevancia para el desarrollo del Mercado Central, dado que sus comerciantes son el alma del Mercado Central y del fondo fotográfico. Además poseen imágenes de actividades cotidianas relacionadas con la actividad comercial del mercado como es la recepción del pescado en la Estación del Norte.

La misma temática continua en los años 60, solo que recogen además fotografías del equipo de fútbol del mercado que estaba formado por integrantes de la Asociación pero continúan siendo fotografías de los detallistas de la época, de tiendas de alrededor y en los porches, la churrería desaparecida en los porches o una imagen del rastro de esa época. Este sector comienza a ser más completo y más amplio.

La siguiente década los años 70 sigue estando protagonizada por fotografías de comerciantes del Mercado Central, pero además contiene positivas de calles de alrededor en su estado de entonces, calles como la desaparecida calle Cerdán. Pero esta década está marcada por el intento de derribo del Mercado Central, por la propuesta de 1968 de ensanche del Paseo Independencia, que se aprobó en 1973, y desde entonces hasta 1978 se produjo una movimiento lucha por su derogación. Y es ante esta situación cuando tomó fuerza y forma la ADMC con su presidente y fundador D. Lázaro Soler (que aparece en varias fotografías del fondo). Ante esta situación se promovió la iniciativa “salvemos el mercado”, y se tienen imágenes de la recogida de firmas, la implicación de los ciudadanos, carteles publicitando la

iniciativa. Campaña que logró sus objetivos como se sabe, puesto que no lo derribaron y consiguieron la declaración del Mercado Central como monumento en 1978. Esta acción se recoge de forma conjunta en un póster expositivo con once imágenes unidas con esta línea argumental.

La siguiente y última década que se recoge son los años 80 que no están muy datadas las fotografías pero se pueden saber si antes o después de la reforma de 1986. Existen en este bloque fotografías del proceso de reforma y algunas de los puestos y sus dueños.

Existe otro bloque que consta de diecinueve fotografías que no han conseguido ser datadas y es un “cajón de sastre” donde se hallan fotografías de detallistas sin una década concreta.

Otro bloque temático que se encuentra en el fondo patrimonial, son nueve materiales que se conservan que son fotografías hechas de mayor tamaño, noticias de periódico claves para la historia del mercado y fotos antiguas de calles de Zaragoza y una fotografía del antiguo Matadero. La última pieza del catálogo es el diploma ganador de la ofrenda floral del Pilar de 2014, realizada por la Asociación.

Otro contenido clave de este proyecto es el Mercado central como emblema histórico y lugar donde se desarrollará este proyecto de gestión. Por sus valores como centro comercial con ciento catorce años de historia y una joya arquitectónica industrial, obra de Félix Navarro. Edificio que está declarado como Monumento Histórico desde 1978 y Bien De Interés Cultural desde 1982. El mercado va a vivir una reforma ahora en 2018, que se prolongará hasta 2019, donde se creará un espacio cultural y de ocio donde la Asociación podrá seguir desarrollando sus actividades culturales tales como la exposición del fondo fotográfico.

Por último, destacar que el catálogo se completaba con los nueve planos originales de Félix Navarro de la construcción en 1903, valiosas piezas de papel que corren peligro de desaparecer al estar enmarcadas y mal guardadas. Ya se ha realizado la visita de la restauradora al fondo de la ADMC y ha configurado un informe de actuación, tras el cual, la ADMC se ha puesto en contacto con el ayuntamiento para pedir financiación para las actuaciones. En este proceso se han dado cuenta que dichos planos son propiedad del ayuntamiento y no de la ADMC. Para su mejor conservación van a ser trasladados al Archivo Municipal de Zaragoza, con sede en el Palacio de Montemuzo. La ADMC se quedará con

una copia de cada uno de los nuevos planos de Félix Navarro, todo tras las intervenciones de restauración que necesitan los planos y su depósito en el archivo, por lo que por el momento es un material patrimonial que no se puede manejar. Aunque yo haya tenido la oportunidad de trabajar con este material, la ADMC prefiere no incluirlo en el catálogo de este proyecto.

2.3. OBJETIVOS

- Salvaguardar el patrimonio material histórico que atesora la asociación, como pieza clave de este proyecto que es la base de todo.
- Recuperación de un patrimonio material inédito del que la población no tiene conocimiento.
- En relación con el anterior objetivo, poner dicho material al servicio de los ciudadanos e investigadores.
- Puesta en valor del fondo fotográfico del Merado Central y los planos de Félix Navarro.

Como objetivos secundarios que van implícitos a través de las estrategias y actividades que se desarrollan para conseguir los anteriores objetivos, todo esto tiene un objetivo no secundario, sino más bien más amplio, que es dinamizar la vida cultural de Zaragoza, a la par que revitalizar la vida cultural del Mercado Central, no solo como un lugar de comercio, sino como símbolo de la ciudad con más de 100 años de historia.

2.4. ESTRATEGIAS

- Investigar el fondo fotográfico aplicando métodos científicos, para su puesta en valor y recuperación.
- Motivar la puesta en marcha de publicaciones científicas que analicen el fondo patrimonial del Mercado.
- Búsqueda de asociaciones y colectivos en los que su objetivo sea la recuperación de la memoria histórica fotográfica.
- Buscar el apoyo de las instituciones para dinamizar el Mercado Central y ampliar el concepto. Mantener su función como lugar de abastos a la par que se amplia su oferta cultural.

- Dinamización de la publicidad del Mercado Central para tener una mayor repercusión social y mediática, a nivel local y nacional.
- Propuesta de un Mercado moderno al estilo de Barcelona y Madrid, donde se puede aunar su función de lugar de comercio, unido a ser un espacio cultural y de ocio para la población. Este planteamiento ya está recogido por el Plan Director para la Renovación Integral del Mercado Central. Donde habrá espacios para la gastronomía, el ocio, actividades culturales sin que el mercado pierda su función tradicional y principal como mercado de abastos.

2.5. ACTIVIDADES⁵

- ✓ Realización de un inventario, como primera toma de contacto con el material del fondo con una función organizativa.
- ✓ Creación de un catálogo más amplio con el material digitalizado, donde existen 171 fichas catalográficas del material fotográfico. Las fotografías están explicadas en el apartado de contenidos. Se han signado de forma lógica siendo la primera MC_F001 y la última la denominada MC_F171.
- ✓ Construcción de un archivo dentro de la zona reservada en los bajos del Mercado Central, donde poder albergar todo el fondo patrimonial de la Asociación. No se requieren obras específicas, pero si la adquisición de armarios donde poder guardar y organizar las fotografías. Para la mejora del espacio sería ideal tener controladores de humedad y temperatura para alcanzar unas condiciones óptimas de conservación que no perjudiquen a los fondos.
- ✓ Digitalización del fondo que se realiza conjuntamente con la realización del catálogo, pero de forma más específica, crear una base de datos con el material digitalizado.
- ✓ Exposición permanente del fondo en los espacios culturales del Mercado Central, respetando los tiempos para la buena conservación de los materiales. Esta exposición por lo tanto nunca expondrá su fondo de forma completa, y una buena manera como ya realiza la ADMC es sacarlo al público por décadas. Otra opción que es la que va a

⁵ La ficha de cada una de las actividades se recoge en los anexos.

realizar este proyecto, que es hacer un recorrido escogiendo las fotos más significativas de cada época y a través de ellas contar la historia del Mercado Central. Se organizará entre los meses de diciembre y enero inaugurándose a finales de enero principios de febrero, aún con la fecha definitiva por acordar con la ADMC.

- ✓ Exposición temporal de los fondos, con la misma temática y discurso expositivo que la exposición permanente solo que se va a realizar fuera del Mercado Central, con el objetivo de no dejar olvidado el patrimonio mientras se realizan las reformas del Mercado Central durante 2018-2019. El lugar idóneo para la exposición sería el edificio Paraninfo, en concreto la sala África Ibarra, de planta central ideal para esta exposición y con más disponibilidad. Esta propuesta se gestionará con la técnico María García Soria (con quien ya me he puesto en contacto) para que se estudie la propuesta y determinar si se podría realizar.
- ✓ Propuesta de una exposición temporal en el Mercado Central tras la inauguración de la reforma del edificio. Se realizaría una exposición de las fotografías con temáticas distintas como el estudio de la moda y los peinados del siglo XX en Zaragoza, que se ve reflejado en muchas las fotografías. Sería un caso de estudio, con un discurso expositivo creado para esta exposición. Esto se organizaría para 2020.
- ✓ Actividades infantiles.

Las actividades escolares ya existen y están organizadas por la Asociación de Detallistas del Mercado Central.⁶

Por lo tanto se busca una nueva actividad dirigida para niños a realizar en familia. Sería una actividad programada para los sábados por la mañana de 9.30 a 14.30 puesto que el resto del fin de semana el Mercado Central permanece cerrado. La dinámica se llama *En Busca del Puesto Perdido*, y se realizará a través de un juego de pistas. Las fotografías del fondo, les llevarán a los puntos del mercado que aparecen en ellas, por lo que deben localizar dichas localizaciones. En estos puntos habrá pistas para poder averiguar un acertijo, y si consiguen resolverlo se entrará en el sorteo de unas entradas para el Parque de Atracciones. Además, en cada punto de pista habrá un consejo de

⁶ Asociación de Detallistas del Mercado Central [en línea], disponible en: <<http://www.mercadocentralzaragoza.com/visitas-educativas-mercado-central.php>> última fecha de consulta [26/11/2017]

alimentación sana para educar a los niños en este aspecto relacionado además con el concepto de *km 0*. Es una manera de acercar a los más pequeños al Mercado Central de una forma divertida y que descubran los valores de un mercado de abastos. Se ha usado de referencia las *Escape Room*, muy de moda.

- ✓ Actividad para adultos. Usando nuestra exposición permanente como referencia y atractivo para el público, los sábados a la par que la actividad infantil, se desarrollará una mecánica de ocio dirigida para todo tipo de público. En cada fotografía del recorrido de la historia del Mercado Central o de la exposición por décadas, habrá un código QR que te relate una curiosidad, un consejo o receta, dinámica llamada *¿Sabías que...?*. Estos mini relatos se aprovecharán de la web de la ADMC⁷ o se innovarán para luego agregarse a la web. Estos códigos QR además te redirigirán a puestos de detallistas actuales que tenga alguna relación con las fotografías donde habrá degustaciones de productos a 2 €.

Actividades de Difusión

- Actividades de difusión de las exposiciones: ya tienen un blog. Ideal que el técnico cultural que desarrolle las actividades de catalogación y creación de las exposiciones también participe en las tareas de *community manager*.
- Crear un logo de este proyecto de gestión del fondo fotográfico.
- Diseñar un cartel y un tríptico para anunciar la exposición permanente y la temporal, así como, carteles de las actividades de adultos e infantiles.⁸
- Apoyo en las páginas web oficiales del ayuntamiento de Zaragoza y de la DGA. Así como de asociaciones culturales, proyectos de fotografía y memoria.
- Tener presencia y actividad en redes sociales: *Facebook*, *Instagram*, y *Twitter*. Este trabajo debe desarrollarse por una persona capacitada para llevar a cabo la actualización de las redes haciéndose visible en internet. De esta forma se accede a un público más joven y se extiende a personas que seguramente no lo descubrían

⁷ Web de la Asociación de Detallistas del Mercado Central donde hay una sección llamada Consejos donde hay artículos llamados “¿Frutas y verduras de temporada?”, “Bebidas que mejoran el estado de ánimo” o “Lo que debemos saber sobre el jamón ibérico. [en línea], disponible en:

<<http://www.mercadocentralzaragoza.com/consejos-mercado-central-zaragoza.php>> última fecha de consulta [26/11/2017]

⁸ Ver en anexos.

porque no van al Mercado Central. La Asociación ya tiene en marcha Facebook y Twitter.

- Contratación de una empresa de diseño gráfico, web y marketing digital para realizar una campaña publicitaria virtual que mejoren las propuestas de difusión y produzcan una buena comunicación e imagen del proyecto. Para ello, se contrataran los servicios de *Paralelo Studio*.⁹

Con motivo de la inauguración de la exposición se deberá realizar un dossier de prensa. Se distribuirá para los medios de comunicación como periódicos, revistas especializadas, televisión, radio, etc.

2.6. MODELO DE GESTIÓN

Este proyecto se va a desarrollar con un modelo de gestión directa desde la ADMC, se convierte en el impulsor y promotor del proyecto. Y para el correcto funcionamiento del proyecto es necesaria la contratación de un gestor cultural, que coordine, organice y lleve a cabo todo el programa de actividades. Y esta labor sería la desempeñada por mí. Sería un proyecto que debe ponerse de acuerdo punto por punto con la Asociación y tras esa reunión, deben aprobarlo para poder darle inicio.

Es un proyecto que está dividido en dos fases: la primera está relacionada directamente con el material del fondo fotográfico. Y es una fase necesaria para poder llevar a cabo la siguiente. Donde se realizarán las cuatro primeras actividades, que es inventariar los materiales, catalogarlos, digitalizarlos y dar las claves para la organización de un archivo. La cuestión de esta fase es poner a salvo el patrimonio, su recuperación y puesta en valor. Esta primera fase se ha podido realizar bajo el amparo de la Universidad de Zaragoza a modo de prácticas no remuneradas extracurriculares.

La segunda fase es más ambiciosa en cuanto al trabajo del gestor cultural, es decir de mi trabajo. Puesto que la Asociación deberá contratarme para poder realizar las actividades expositivas y de difusión. Así como las actividades culturales para niños y mayores. Bajo su amparo y con los medios de producción, difusión y gestión se podrán ir realizando las actividades, teniendo en cuenta que es a largo plazo, puesto que excepto la exposición

⁹ Empresa web de diseño. Paralelo Studio, [en línea], disponible en <http://www.paralelostudio.com> última fecha de consulta [27/11/2017]

temporal y el planteamiento y organización de todas, el desarrollo de las mismas se llevará a cabo tras el final de la renovación del Mercado Central que se prevé que suceda en 2019. En la segunda fase es necesario mi trabajo como gestora cultural sería contratada como autónoma.

3. PRODUCCION DEL PROYECTO

3.1. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

Este proyecto se va a poder llevar a cabo con la presencia del personal de la ADMC. La Asociación está presidida por José Carlos Gran Gimeno, pero con quien he mantenido contacto a lo largo de este tiempo es con José Luis Alcázar, gestor de la Asociación. Es junto a José Luis y la secretaría de la Asociación Teresa, con las personas con las que se trabaja, que prestan su trabajo y apoyo para la realización de las actividades.

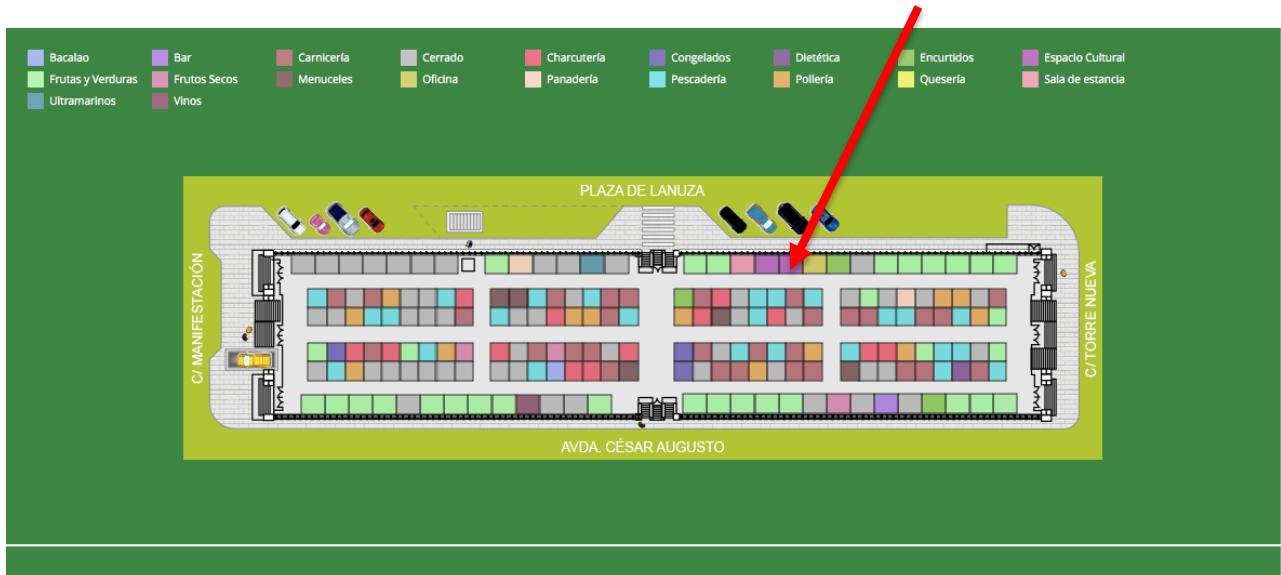
Esto unido al trabajo realizado por el gestor cultural se puede realizar el proyecto de gestión del fondo fotográfico, su catalogación, conservación y creación de las exposiciones, así como del desarrollo de las actividades infantiles y adultas. Este gestor debe tener conocimientos como *community manager* para desenvolverse adecuadamente en las actividades de difusión, aunque esta tarea es continuar con la propia difusión que ya realiza la ADMC, adaptándose a sus modos e introduciendo nuevos métodos atractivos.

3.2. INFRAESTRUCTURAS

La gran ventaja de este proyecto es que ya contamos con unas buenas instalaciones para poder desarrollarlo. El Mercado Central como centro de realización del modelo de gestión. Aunque ya está en marcha el plan de renovación del Mercado Central que da comienzo este febrero de 2018, no se prevé su finalización hasta 2019 por lo que primero se va a trabajar en las actuales instalaciones del Mercado Central. Y todo el planteamiento será aplicado al nuevo edificio cuando esté terminado.

En la actualidad la oficina de la ADMC ocupa el puesto número 19. Los espacios culturales donde se reproducen las exposiciones en los puestos contiguos, 17 y 18. Además en los fondos del Mercado Central, tienen una oficina que es donde guardan todos los fondos y funciona como archivo, que es donde hay que actuar para transformarlo en un lugar adecuado

para funcionar como archivo con unas condiciones óptimas. Es decir será necesario comprar un armario donde se pueda almacenar el fondo, dado que ahora está en cajas. Esta oficina ya cuenta con medios como mesas y ordenador para poder desarrollar allí el trabajo de gestor cultural.



Tras la reforma del Mercado Central, la Asociación seguirá contando con los mismos espacios mejor equipados. En la planta sótano tendrá una oficina donde se pueda trabajar y donde se almacenen las fotografías. En la planta de arriba, mantendrá su oficina y tendrá espacios culturales más amplios donde desarrollar las actividades.

Para la exposición temporal que se realizará mientras el Mercado Central permanezca en obras, se ha pensado que su localización esté vinculada a la Universidad de Zaragoza. Por ello, se ha contactado con María García Soria que trabaja en Paraninfo, en la sección de actividades culturales, para saber si habría posibilidad de plantear este proyecto expositivo allí. Nos ha aconsejado que la mejor sala, aparte de la más disponible para 2019, sería la sala África Ibarra, circular y de unos 80-100 m².

3.3. COMUNICACIÓN

Las estrategias de comunicación llevan el objetivo de revitalizar la imagen del Mercado Central por lo tanto una importante actividad de difusión será a través de las redes sociales. La Asociación ya tiene Facebook y twitter, en el que son muy activos. Además de contar con un blog donde mezclan historia del Mercado Central, curiosidades del edificio, recetas de comida, eventos y consejos alimenticios, al que se puede acceder desde la página web.¹⁰

Para los eventos de las exposiciones y su inauguración se realizarán notas de prensa y una difusión más concreta de ellas, con una publicidad específica, que desarrollará un cartel de la exposición y un tríptico que explique la exposición, lugar y horarios.

Además con motivo de la inauguración de la reforma del nuevo Mercado Central se redactará un dossier de prensa que reúna todas actividades propuestas del proyecto de gestión. En el que se explicarán los objetivos y las estrategias para conseguirlos que persiguen la dinamización y revitalización del Mercado Central como centro de ocio cultural y educativo, sin dejar atrás su función como mercado de abastos. Este dossier se proporcionará a todos los medios de comunicación, tales como la televisión, radio, prensa escrita y prensa escrita digital. Así como de medios especializados culturales y gastronómicos. Además se podrá dirigir a la oficina de Turismo y buscar el apoyo en la web del Ayuntamiento de Zaragoza.

¹⁰ Enlace a sus páginas de Facebook, Twitter y el blog en wordpress:
<<<https://www.facebook.com/MercadoCentraldeZaragoza>>>
<<<https://twitter.com/mercacentralzgz>>>
<<<http://elcentral.mercadocentralzaragoza.com>>>

3.4. . PLANIFICACIÓN. CRONOGRAMA

3.5. FINANCIACIÓN Y PRESUPUESTO

La financiación de este proyecto se nutre del presupuesto que tienen reservado para actividades culturales la Asociación de Detallistas del Mercado Central de Zaragoza. Para gastos extra se presupuesta financiación al Ayuntamiento puesto que junto al Gobierno de Aragón son entidades colaboradoras, y éstas deben aprobarla.

Además para ciertas actividades se pueden buscar posibles patrocinadores que estén relacionados. Presentándoles un dossier de la actividad con un presupuesto fijo para que aporten dinero o que quieren estar presentes en la publicidad de la difusión de las actividades y por ello, cobrarles una tasa a convenir.

Un modo adicional de financiación en estas fechas, es la Lotería de Navidad de la ADMC, en la que de un boleto de 10 €, 1,5 € sea de donativo para la Asociación. Sería un extra destinado a las exposiciones.

No se configura un empresa como tal, puesto que este proyecto de gestión se engloba dentro de una asociación por lo que no hay inversión inicial al no ser una sociedad limitada. Y el gestor cultural es contratado por la asociación como trabajador autónomo que paga su cuota mes a mes por cuenta propia. Dicha tarifa al ser un gestor cultural menor de 26 años, asciende a 50 € al mes.

Se podría solicitar para el desembolso inicial un préstamo a largo plazo a una entidad bancaria que colabore con la Asociación. Un ejemplo sería pedir un préstamo 3000 € a 3 años, que sería pagar una cuota mensual de gastos fijos de 85 €. Pero este desembolso debería ser asumido por la Asociación por lo que no sería necesario.

<u>GASTOS</u>	<u>Precio</u>	<u>Unidades</u>	<u>TOTAL</u>
<u>GASTOS ACTIVIDADES</u>			
2. Etiquetas para catalogar las fotografías.	2 €/paquete de 60	3	6€
			6 €
TOTAL ACTIVIDAD CATALOGACIÓN			
3.1 Armario con función de archivo	150 €/ armario	3	450 €
3.2 Medidor Temperatura y humedad	30 €	1	30 €
			480 €
TOTAL ACTIVIDAD ARCHIVO			

4.1 Alquiler de cámara digitalización	180 €/ 1 semana	1	180 €
4.2 Alquiler trípode. digitalización	140 €/ 1 semana	1	140
TOTAL ACTIVIDAD DIGITALIZACIÓN			320 €
5.1 EXPO. Inauguración.			100 €
5.2 EXPO. Cartel	0.30/ 1 folleto	200	60 €
5.3 EXPO. Tríptico	0.30/ tríptico	200	60 €
5.4 EXPO. Cartela	0.05/cartela	50	2.5 €
5.5 EXPO. Tablets evaluación.	80 €/unidad	2	160 €
TOTAL ACTIVIDAD EXPOSICIÓN PERMANENTE			382.5 €
6.1 EXPO 1. Cartel	0.30/ 1 folleto	200	60 €
6.2 EXPO 1. Tríptico	0.30/ tríptico	200	60 €
6.3 EXPO 1. Cartela	0.05/cartela	50	2.5 €
6.4 EXPO 1. Transporte			100 €
6.5 EXPO 2. Inauguración.			100 €
6.6 EXPO 2. Cartel	0.30/ 1 folleto	200	60 €
6.7 EXPO 2. Tríptico	0.30/ tríptico	200	60 €
6.8 EXPO 2. Cartela	0.05/cartela	50	2.5 €
TOTAL ACTIVIDAD EXPOSICIONES TEMPORALES			445 €
7.1 Premio Parque de atracciones	36 €/premio	3	108 €
7.2 papelería			50 €
7.3 Degustaciones			50 €
TOTAL ACTIVIDAD INFANTIL			208 €
8. Impresión códigos QR	0.50 €/unidad	30	15 €
TOTAL ACTIVIDAD ADULTOS			15 €
Contratación de Paralelo Studio			300 €
<u>SUBTOTAL GASTOS</u>			2.156,5 €
Imprevistos 10 %			215.65
<u>TOTAL</u>			2.372,15 €

Los gastos fijos no existen como tal en el proyecto porque son gastos que ya contempla la Asociación y no significan un desembolso extra para este proyecto. Estos gastos serían tales como el dominio web, los gastos de luz, agua y la red wifi.

Un gasto adicional para la asociación que sí debe contemplarse es el **SUELDO del GESTOR CULTURAL**. Se calcula un sueldo base de media jornada de 353,80 € al mes, por 12 meses que está programado el proyecto, les supondría un gasto en total de 4.245,60 €

Habría gastos adicionales en algunas actividades pero van a ser aportados por el gestor cultural como son el ordenador, la cámara para el catálogo y un metro. Otro gasto que de normal se contemplaría es el seguro de exposición pero aquí no es necesario.

Ingresos de las actividades directos no hay pero se producen en la afluencia de público al Mercado Central que repercuten en los puestos de las detallistas o en la oferta gastronómica que se haga en el Nuevo mercado. Si habría un ingreso directo 2 € por degustación de la actividad de los adultos.

Un gasto personal del gestor cultural será la cuota de autónomo que al ser una tarifa plana joven, asciende a 50 € al mes.

4. PROCESO DE EVALUACIÓN

Para conocer si los objetivos que se han planteado han sido alcanzados existen formas cualitativas y cuantitativas para saberlo.

Se revisará el fondo fotográfico cada 4 meses, para saber que todo sigue en un correcto estado y si fuesen necesarias actuaciones adicionales de conservación y restauración.

Se realizarán encuestas de valoración a los visitantes in situ, al finalizar la exposición y las actividades. Se colocaran dos tablets de bajo coste que de forma virtual y fácil puedan contestar qué grado de satisfacción han experimentado al visitar la exposición. También será una manera de conteo de visitantes, tras lo que se podrán hacer estadísticas por meses para saber cuándo es necesario fomentar más publicidad y actividades para atraer más público.

Se considerará mes a mes el posicionamiento web, los usuarios y visitantes de la página web, así como los seguidores en Facebook, twitter e Instagram. En estas plataformas digitales se pondrá a disposición de los usuarios un buzón de sugerencias y comentarios para la mejora de las actividades.

Tras todos estos estudios, es oportuno hacer un balance de errores y aciertos para saber en qué hay que mejorar, eliminar o mantener y así conseguir un mejor proyecto de gestión del fondo fotográfico de la ADMC.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Y WEBGRAFÍA

BIEL IBAÑEZ, P. “*El eclecticismo en la arquitectura industrial: Félix Navarro*”. Revista Turiaso, nº XIV, 1997-1998.

CANCELA RAMÍREZ DE ARELLANO, M.L. “*El mercado de Zaragoza de 1903*”, (Cuadernos de Zaragoza, 12), Zaragoza, Ayuntamiento, 1977.

GUELBENZU, IGNACIO Y TUDELILLA, CHUS. “*Mercado Central. 100 años, Zaragoza, 1903-2003*”, (catálogo de exposición La Lonja, Zaragoza 8 julio – 31 de Agosto, 2003) Ayuntamiento de Zaragoza, Asociación de Detallistas del Mercado Central, Caja Inmaculada, Zaragoza, 2003.

HERNÁNDEZ MARTÍNEZ, A. Y POBLADOR MUGA, M.P. “*La exposición Hispano-Francesa de 1908: balance de una experiencia arquitectónica singular a la luz de un siglo*”, Artigrama, 21, Zaragoza, Departamento de Historia del Arte de la Universidad de Zaragoza, 2006.

LABORDETA, J.A. “*El Mercado Central*”. Zaragoza, Xordica Editorial.

Asociación de Detallistas [en línea], disponible en: <
<http://www.mercadocentralzaragoza.com>> última fecha de consulta [26/11/2017]

SIPCA, disponible en: <
<http://www.sipca.es/censo/7-INM-ZAR-017-297-044/Mercado/de/Lanuza.html#.WhFsthTlPIc>> última fecha de consulta [26/11/2017]

Plan Director para la Renovación Integral del Mercado Central de Zaragoza [en línea], disponible en: <

https://www.zaragoza.es/contenidos/contratos/vivienda/MercadoCentral/Memoria_Ingennus_Baika.pdf> última fecha de consulta [26/11/2017]

Disponible en: <
<http://www.heraldo.es/noticias/aragon/zaragoza-provincia/zaragoza/2017/11/17/las-obras-rehabilitacion-del-mercado-central-licitan-por-mas-diez-millones-1208609-301.html>> última fecha de consulta [26/11/2017]

Disponible en: <
<http://www.heraldo.es/noticias/aragon/zaragoza-provincia/zaragoza/2017/11/19/no-habra-solo-puesto-vacio-cuando-reinaugure-mercado-central-1208848-301.html>> última fecha de consulta [26/11/2017]

Disponible en: < <https://www.turismodezaragoza.es/ciudad/patrimonio/modernista/mercado-central-zaragoza.html>> última fecha de consulta [26/11/2017]

Disponible en: < <http://arainfo.org/el-gobierno-de-zaragoza-licita-las-obras-de-la-rehabilitacion-del-mercado-central/>> última fecha de consulta [26/11/2017]

Disponible en: < <http://www.heraldo.es/noticias/aragon/zaragoza-provincia/zaragoza/2017/11/16/aumenta-numero-vacantes-para-nuevo-mercado-central-1208329-301.html>> última fecha de consulta [26/11/2017]

Disponible en: < https://www.zaragoza.es/ciudad/centros/detalle_Centro?id=2452> última fecha de consulta [26/11/2017]