

La tienda de nuestro pescado

por MAREIRO

Dos o tres pescaderías en una ciudad, servidas directamente por los productores, son un ensayo de interés evidente. No puede quedar un esfuerzo tal, envuelto en la indiferencia.

No pocas veces hemos sostenido que ese es el camino.

La producción ha de asumir algunas otras funciones, que son el complemento de su ciclo económico. La producción no puede cruzarse de brazos ante el trato que recibe su preciada mercancía, base alimenticia del país, a cuyo alto interés todo ha de supeditarse hoy. Ni ante el hecho de que ese alimento, indispensable para el pobre y necesario para el rico, llegue a la mesa del que lo consume tras un excesivo proceso comercial, en el que su precio primero y fundamental aparece artificialmente duplicado o triplicado.

Si la pesca es base de un amplio negocio, nadie puede tener más derecho a sus beneficios que los hombres, con vocación de aventura, que exponen a la veleidad del mar su dinero o sus vidas, su hacienda o sus brazos, su tranquilidad o su pan. Pero el pescado ha sido siempre más negocio para los otros, para los que no lo pescan, que para los capturadores.

Y esta injusticia la puede remediar, en parte, la tienda directa, la pescadería surtida por los propios productores. Aunque parezca demasiado ambiciosa la afirmación, el puesto de venta directo, es un elemento capital del comercio pesquero saneado y activo.

* * *

Vigo ha acogido con simpatía este ensayo.

Como toda experiencia nueva, algunos intereses se han sentido lesionados.

Nadie pretende herirlos, naturalmente; pero el bien público siempre impuso sacrificio de regalías privadas. Y cuando se trata de alimentar al pueblo, de dar de comer al hambriento, las conveniencias particulares no pueden tenerse en cuenta.

Asegurada la adhesión del público es preciso seguir mereciéndola.

En primer término, ofreciendo a estas células distribuidoras toda la mercancía que necesiten, dentro de las proporciones establecidas para el consumo local.

El productor no debe olvidar que la pescadería es la prolongación de su barco. Poco importa una buena calada mal vendida, o llegada en condiciones deplorables al mercado.

Para sostener un precio, para eliminar un fraude, para moralizar un sistema, es preciso montar el órgano controlador que descubra cada día la conducta de los que no la ajustan a la norma honesta y eficaz. El menudo comercio de la pesca requería más elevación, un mayor nivel, que la tienda directa le procura, con ventaja para todos: consumidor y productor.

Si el productor no ayuda a esta obra, brindando a la iniciativa toda la cooperación que precise, atenta contra sus intereses propios; se coloca enfrente de sus conveniencias más inmediatas. Pero, además, defrauda las conveniencias del público, porque, en contra de éste, alimenta el agio excesivo, nutre la corruptela y la desorganización, que han traído las cosas a lamentables extremos.

* * *

La tienda actual es un primer paso.

La tienda futura requiere una instalación adecuada, sui generis, para la conservación y almacenamiento y para la venta, en mostrador y a domicilio.

La organización debe comprender todo.

Pescaderías bien abastecidas, siempre abastecidas. Con abundancia o con escasez, en el puerto, las cámaras deben abrirse siempre para que el público pueda satisfacer sus demandas todos los días. Así se mantendrán las medias de consumo por habitante y se estabilizarán los precios, otra necesidad fundamental del comercio de la pesca, que no se ha abordado aun seriamente en España.

Y pescaderías instaladas con sobriedad y elegancia, con algo del rango artístico natural que tiene el mar. En lugares céntricos y con decoro máximo; atractivas, sin olores desagradables, con escaparates sugestivos, claras e iluminadas.

Así ha de ser la tienda de nuestro pescado.

* * *

En este último aspecto de la cuestión, España se halla evidentemente retrasada. Aun las pescaderías de Madrid y Barcelona, no resultan comparables a las menos impresionantes de New-York, de Oslo, de Berlín, etcétera.

Cada día se registra un nuevo progreso en la instalación de los establecimientos pescaderos, para la venta al menudeo. Aparte el acondicionamiento frigorífico, la pescadería vende fresco y congelado, en piezas y en filetes; todo debidamente clasificado, rotulado, embalado...

Se compra pescado en una de estas tiendas, con la misma facilidad y sin mayor riesgo que si se adquiere un paquete de bombones en una confitería. El jefe de la familia puede comprar en ellas una caja de filetes de robaliza o de lenguado, con la misma naturalidad que compra el postre dominguero para su casa.

La pescadería ofrece todas estas ventajas, y otras no menos estimables. Pero si la pescadería es directa, si el pescado sale de las neveras del barco para las cámaras del puesto, facilitado por los propios armadores, se suman aquellos otros importantes beneficios, menos inmediatos, pero no menos fecundos.

La base de la industria, la posibilidad de que la industria sobreviva en las horas de adversidad, dependerá sin duda alguna de que organice debidamente sus ventas y establezca en lo posible sus precios; funciones que no serán alcanzadas sin las pescaderías propias.

Manganeso.—Este producto químico, que se halla en el pescado, se señala como de la mayor importancia para la salud del cuerpo humano. Según las investigaciones de algunos hombres de ciencia, actúa con un pronunciado efecto sobre ciertos instintos y funciones del organismo. El manganeso en el alimento de un ratón dió a éste una salud mejor y un mayor crecimiento. Este elemento abunda en las aguas del mar, y en los seres que las habitan.