

MERCADO DE SANTO DOMINGO. PAMPLONA



He entrado en el mercado de Santo Domingo después de pasearme por el centro tranquilo y animado de la ciudad de Pamplona. Justo en frente de la Casa Consistorial, en el mismo corazón de la ciudad, en la calle Mercado. Allí se levanta el edificio de piedra y hierro inaugurado “el 22 de mayo de 1877. Construido por Villanueva y supervisado por el arquitecto de Vitoria, Martín de Sarasibar. En la nueva construcción se adquirieron 40 columnas de hierro fundido, que en parte soportan la planta superior” (ver <http://www.mercadosantodomingo.com/#menu-historia>).

Esta descripción histórica sigue presente y se reconoce inmediatamente tras cruzar las puertas del mercado que desembocan en el patio central del mercado: luminoso, abierto como una plaza y, efectivamente, como un claustro sostenido por las inconfundibles columnas de hierro pintadas de verde.

En el patio se sitúan varios de los puestos circulares de frutas y verduras que caracterizan el mercado de Santo Domingo. En sus puestos, se hace evidente que trabajan con productos de temporada. En los comienzos de la primavera, de días aún frescos, inundan el espacio las cajas de cardo, borraja, alcachofas, espárragos, lechugas, todas ellas recién sacadas de la tierra navarra. De hecho, es de los pocos lugares donde te limpian los espárragos *in situ*. Compras un manojo de espárragos, blancos y gruesos, las comerciantes directamente los limpian de tierra y los preparan cortando las puntas. No es retórica, durante la



mañana, antes de pasear por el mercado, estuvimos visitando la huerta de la Magdalena, huertas al pie de las murallas que rodean la ciudad de Pamplona. Tierras fértiles junto al suave discurrir del río Arga: generaciones de agricultores que se esmeran por cultivar unas lechugas, unas alcachofas oriundas, que son puestas en los puestos del mercado una hora después.

Un día después, también tuvimos oportunidad de visitar las famosas huertas de Peralta, zona y comarca situada al sur de Pamplona, entre las tierras del alto Aragón, Soria y Logroño. Extensos campos de huertas extendidas donde se cultivan algunas de las verduras de mayor calidad del país. El secreto de la huerta de Peralta es sencillo: el agua, agua de pozo, agua subterránea y filtrada por los minerales de la tierra en su ascenso hasta los campos. Y del campo, directamente a los puestos del mercado. Todo queda en familia. Las unidades familiares se reparten entre los campos, el transporte y la venta directa a los clientes del mercado de Santo Domingo.

Y eso se nota, porque saboreando estas verduras, unas horas después, en el moderno y rebosante restaurante de la primera planta del mercado,

“El Zentral”, la experiencia fue inolvidable, creo que es la primera vez en mi vida que disfruté tanto de unas verduras que se derretían en el paladar. Este restaurante, “El Zentral”, merece una mención aparte. Abrió sus puertas hace un año en el mercado, es un restaurante moderno, con una carta que marca tendencia, re-adaptando los productos frescos del mercado a los nuevos gustos culinarios y estéticos marcados por la originalidad, la variedad, la belleza y la hibridación de gustos. Su cocina “americana” es como un escenario, espacio abierto a la mirada de los comensales, que pueden ver cómo se organizan y trabajan los cocineros. Es toda una declaración de intenciones: cocina y representación culinaria horizontal y compartida. Su éxito es rotundo. Tiene una doble entrada, desde el mercado, pero también una propia para permitir comidas y cenas fuera del horario comercial. Puerta a puerta con El Zentral se abre otro espacio sorprendente del mercado de Santo Domingo: una imponente sala de espectáculos habilitada a partir de un antiguo almacén, hoy adaptada para conciertos y representaciones teatrales.

Estos nuevos “territorios” contrastan con los tradicionales que transitan unos comerciantes fuertemente identificados con los productos autóctonos de la tierra, el mar y la ganadería navarra. El enlace y continuidad, llamemos “conceptual”, entre ambos tipos de espacios, surge del llamado proyecto “Cambio radical”, impulsado por la gerencia del mercado y apoyado por la Asociación de Comerciantes. La organización interna del mercado de Santo Domingo es un elemento destacado. En el año 2004, los comerciantes asumieron la gestión del mercado creando una Sociedad Mercantil. Una de las primeras iniciativas fue la realización de una remodelación y reorganización comercial que dejó libre una de las alas superiores. Allí se instaló una mediana superficie de marca y posteriormente el restaurante “El Zentral”. La asociación de comerciantes sigue vigente como entidad de carácter consultivo y representativa de todos y todas las comerciantes del mercado.

A partir de este momento, la nueva gerencia del Mercado emprendió una intensa campaña de difusión y apertura social del mercado en distintas direcciones.

■ MERCADO DE SANTO DOMINGO. PAMPLONA



Se organizan campañas en colegios para jóvenes en edad escolar desde los 6 a los 16 años. En ellas se cuenta la larga historia del mercado, se recorren los puestos y se muestran los productos autóctonos. Otro programa importante de dinamización son los acuerdos establecidos con la concejalía de Turismo para integrar al mercado en el Plan Estratégico de Turismo Municipal de Pamplona. El mercado aparece en los folletos turísticos como elemento arquitectónico y cultural destacado del centro histórico. Este esfuerzo de promoción y reposicionamiento del mercado se refleja también en las ferias, actos de degustación organizadas en los últimos años: El *Oktober Fest*, el San Fermín Chiquito, la participación en la feria de hostelería, organizada por la Asociación de hosteleros del centro de Pamplona, los desayunos solidarios, etc. (Ver <http://www.mercadosantodomingo.com/#menu-noticias>).

Esta sensibilidad solidaria del mercado se materializa en todo un abanico de acciones, como por ejemplo la entrega de las compras a domicilio, de la que se encarga una cooperativa de puestos/as con la que el mercado tiene



establecido un convenio. El servicio de entrega a domicilio es una de las nuevas iniciativas de la gerencia, que tiene como objetivo atender a los/as clientes que visitan el mercado y no pueden o quieren llevar consigo el peso de la compra. Son vecinos que viven en zonas aledañas al centro de Pamplona, residentes en un radio de hasta 10 kms desde el centro. Este servicio quiere fidelizar también a los trabajadores y funcionarios de las instituciones públicas que tienen sus oficinas en el centro de la ciudad y que hacen sus compras entre semana en el mercado.

Es evidente que la asociación del mercado y su gerencia tienen por delante el desafío –compartido con el pequeño comercio agrupado– de atraer y fidelizar al público joven y a las nuevas unidades domésticas. El desafío pasa por poner en diálogo las nuevas tendencias comerciales y estéticas, con las prácticas y valores vinculados al terreno, a lo orgánico, a lo arraigado socialmente. En este sentido, el discurso compartido por ambas “culturas de mercado” que conviven en el mercado está en relación con la calidad extraordinaria de los productos frescos de la tierra y el mar. Hemos mencionado brevemente al gremio de frutas y verduras, sigamos con las carnes.

Nuevamente nos encontramos con una apuesta por piezas de razas autóctonas: potro de Etxurri, ternera de Navarra, chistorra, carnes de caza, cordero de Cáscale, embutidos autóctonos de Zubiri, con denominación de origen Reyno Gourmet, fritos frescos además de productos preparados en el mercado (san jacobos, escalopes de ternera, filetes rusos), hamburguesas de diferentes tipos (pollo, espinaca, pollo con queso, ternera, etc.). Las siete carnicerías hacen gala también de su arraigo a través de generaciones y generaciones de comerciantes. El conocimiento de las particularidades más íntimas de los productos se ha ido transmitiendo de generación en generación. Hay comerciantes que se remontan hasta tres y cuatro generaciones su vinculación



con el mercado de Santo Domingo. Conclusión: productos con una garantía difícil de superar.

Tal es el compromiso con los productos autóctonos, que en el caso del gremio de pescados algunos de los comerciantes no solamente traen diariamente los pescados frescos de las lonjas, preferentemente de Pasajes, sino que incluso tienen participación en algunos de los barcos que faenan en el mar del Norte. El objetivo es acceder de primera mano al pescado fresco recién desembarcado en las lonjas: merluza, bacalao, rodaballo y atún son los productos estrella.

Mención aparte merece el gremio del bacalao: tres puestos en el mercado nos hablan de su importancia. Procedente de los caladeros islandeses, los comerciantes son profesionales en preparar el bacalao al corte, desmigado, fileteado, tacos y bacaladas de diferentes tamaños.

Justo antes de cerrar las puertas, pudimos subir a la segunda planta y ver con nuestros propios ojos la importancia de los productos lácteos, especialmente los quesos. Nuevamente, entre las muchas variedades de quesos que se ofrecen en los modernos mostradores de cristal, destacan los quesos de variedades navarras como Roncal e Idiazabal. Son quesos que vienen



directamente de las queserías y caseríos de las sierras norte de Navarra, como Aralar. En una de las degustaciones que ofrecen a sus clientes, probamos quesos de la Denominación Idiazabal; tanto nos gustó, que por la tarde nos fuimos a visitar una de las queserías acogidas a la Denominación de Origen: el caserío y quesería Bikain (lo bien hecho. <http://www.quesos-bikain.net/>). Bikain está dirigida desde hace dos generaciones por mujeres de la familia. Sus quesos y productos lácteos son producidos a partir de sus propias ovejas, que pastan diariamente a los pies de la imponente sierra

de Aralar. Los quesos reposan en sus cámaras frigoríficas, en un silencio que los empapa del sabor íntimo de la sierra.

En resumen, el mercado de Santo Domingo de Pamplona implica una inmersión, un viaje de ida y vuelta entre las comarcas navarras y la ciudad de Pamplona. En los mostradores de los/as comerciantes del mercado están las huellas de todo lo bueno que ofrece la alimentación navarra.

Juan Ignacio Robles

Profesor de Antropología Social
Universidad Autónoma de Madrid



ENAMORADOS de lo ecológico



Sabemos
COMO CUIDARTE



Bio
Sabor

www.biosabor.com

950 700 100



fruit attraction

FERIA INTERNACIONAL DEL SECTOR DE
FRUTAS Y HORTALIZAS

5-7
OCTUBRE
2016
MADRID-ESPAÑA

ORGANIZAN



IMPULSANDO AL SECTOR HORTOFRUTÍCOLA
POR TODO EL MUNDO
NOVEDADES · DIVERSIDAD · CALIDAD

1.200

Empresas Expositoras

40.000

m² de Oferta
Hortofrutícola

55.000

Participantes
Profesionales de
100 Países



www.fruitattraction.ifema.es
f facebook.com/fruitattraction @FruitAttraction

IFEMA Feria de Madrid
902 22 15 15
fruitattraction@ifema.es