



Las fotos que ilustran este artículo están realizadas en 2019

## MERCADO Y PLAZA MUNICIPAL QUIROGA BALLESTEROS. LUGO

**E**n pleno centro histórico de la ciudad gallega de Lugo se encuentran los dos edificios que forman parte del espacio comercial de alimentación fresca del que es responsable la administración pública.

Separados por una calle en proyecto de peatonalización, tanto el “Mercado” como la “Plaza” componen un es-

pacio discontinuo dentro de una misma institución de mercado a la que nos referiremos como tal de forma unificada en este breve artículo.

El mercado tiene una historia antigua en la ciudad desde mediados del siglo XIX hasta la actualidad; casi dos siglos de vida, enraizados al interior de los dos milenios de historia de una ciudad

con una muralla romana del siglo III que marca el espacio de referencia natural del mercado; así hay que verlo cuando uno entra en este espacio no replicable de la bella ciudad de Lugo.

Al interior del perímetro de la muralla romana, declarada Monumento Nacional en 1921 y Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO en el año 2000, se

desarrolla un ecosistema vecinal y comercial con identidad propia. Por ello, a finales del año 2019 la asociación de comerciantes del mercado decidió disolverse para integrarse en la más amplia Asociación Lugo Monumental, que representa al conjunto de los intereses empresariales del casco histórico.

La peatonalización de la zona comercial donde está incluido el mercado es uno de los proyectos más representativos; pretende conectar los dos edificios, plaza y mercado, convirtiendo la calle con tráfico rodado que ahora los separa en un espacio transitable que actúe de puente entre ambos y permita el desarrollo de distintas actividades de ocio y gastronomía. Los comerciantes no ven con malos ojos este proyecto, que refuerza el ecosistema propio ya existente al interior de la muralla romana; directamente vinculado al enriquecimiento cultural, el comercio de calidad, y el intercambio vecinal basado en un ocio con raíces propias; en todo caso, alejado de los neones de centros comerciales clónicos de las periferias urbanas.

Sin embargo, como nos indica el presidente de la asociación Lugo Monumental, Luis Latorre, la peatonalización ha de tener en cuenta las particulares de la trama urbana y sus dinámicas de vida propia. Por ejemplo, la más importante tiene que ver con la interacción entre el dinamismo del mercado y la cercanía de la estación de autobuses, que funciona como centro de transportes comarcal. Esta cercanía ha permitido durante décadas una movilidad sostenible de los productores locales llevando sus productos propios, hasta las antiguas bancas de piedra (hoy inexplicablemente sustituidas), donde martes y viernes ofrecen sus productos de cercanía.

En la actualidad, esta práctica de mercado no estable se ha incorporado como una tradición identitaria del mercado de Lugo, altamente valorada por la ciudadanía. De hecho, una parte de la evolución de las pautas de compra de alimentación fresca está orientándose hacia la puesta en valor de este tipo de oferta de productos de cercanía.



Numerosos mercados mayoristas españoles y de todo el mundo están de hecho incorporando naves propias para albergar a los productores y productos locales de cercanía. En el caso de la cadena comercial de alimentación de la ciudad de Lugo, no hay que inventarlo, existe por sí mismo; solamente habría que reforzar y potenciar estos eficaces sistemas de intercambio insertos en la configuración de las tramas urbanas.

Desde hace décadas la antropología económica analiza y describe este tipo de sistemas de intercambio productor-consumidor, que en Lugo tienen su epicentro en este mercado, son modelos

eficaces y necesarios basados en la reciprocidad y otras formas de intercambio. Si me permiten una moraleja de un antropólogo al que el van saliendo canas: no pocas veces queremos inventar lo ya existente dañando su propia inercia; los verdaderos protagonistas del día a día del comercio de cercanía de Lugo tenían este conocimiento en sus prácticas diarias, solamente hace falta escuchar y aprender de ellos, un eficaz *design thinking* basado en una respetuosa etnografía aplicada de los mercados. Me lo aplico a mí mismo... Desde siempre las placeras se instalaban en el mercado los martes y vier-





nes, en las llamadas piedras, que eran largos trozos de granito habilitados para exponer los productos recogidos de buena mañana en las huertas de las comarcas aledañas. Los productos que hoy en día siguen ofreciendo son tomate de temporada, nabos, grelos, etc.

En estos días de mercado tradicional, la clientela en el mercado se multiplica y acude también a los puestos estables de la Plaza, terminando de llenar la cesta en los seis puestos de frutas y verduras.

Junto a frutas y verduras, el gremio de carnicería es destacado también en el mercado. Sobresale sin duda la ternera gallega y el porco celta con denominación de origen. Algunos de los placeros tienen sus propias cabañas de ganado y distribuyen sus propios productos. Hay placeros cuya labor comercial en el mercado se remonta a cuatro generaciones, lo que les otorga un conocimiento exhaustivo de las diferentes calidades y variedades del producto; el valor de la experiencia y el conocimiento aprendido es su curso de formación presencial.

Todo ello repercute en el excelente trato de los productos, procedentes de las cabañas que se crían de forma natural en las comarcas de Becerreá, As Nogais, Navia, destacando la raza de ternera rubia gallega procedente de la zona de los Ancares. A esto se suman carnes de cabrito, pollo, conejo, cerdo y embutidos artesanos. El cerdo y sus derivados tam-



bién tienen en el mercado de Lugo un expositor principal, destacando, los jamones serranos curados en bodega, sin conservantes, producidos de forma natural. Calidad y cercanía de los productos se entremezclan con diversificación, de tal forma que algunos de los puestos han abierto obradoiros propios donde se preparan hamburguesas y productos elaborados artesanalmente.

La relación del mercado con las cabañas ganaderas se completa con los lácteos, quesos y leches. En este campo no podemos dejar de subrayar la interacción excelente entre el sector, el mercado y el campus de la universidad de Lugo, que desarrolla una investigación aplicada específica al campo de

la alimentación, aprovechando así la puerta abierta que ofrecen los campos y cabañas de la región. De hecho, en Lugo tiene su sede en Centro Tecnológico Alimentario (CETAL), dependiente del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. El campus, dependiente de la Universidad de Santiago de Compostela, se especializa en formación superior vinculada a la sostenibilidad medioambiental y la tierra (<https://www.usc.gal/campusterra/>).

Todo ello da una idea de la importancia de los productos de la tierra en Lugo, siendo su mercado el referente distribuidor de todo este valor. Algunos de estos puestos especializados en quesos y lácteos fueron fundados hace más de



setenta años, longevidad impensable en otros formatos de distribución. Destacan los quesos artesanos gallegos de leche cruda de vaca, la leche ecológica, las mantequillas artesanales, productos que se entremezclan con otros propios de puestos de variantes que incluyen, setas en conserva y naturales de temporada, o miel pura de abeja de los Ancares.

Aunque Lugo se identifica con tierra de gallega de interior, sin embargo, al norte se sitúa la comarca de A Mariña, que envía desde sus lonjas, diariamente y directamente a Lugo y sus catorce pescaderías, el pescado fresco del Cantábrico. Son las lonjas de Burela, Ribadeo y Celeiro completadas por las de A Coruña y otras poblaciones costeras fuera de la provincia. De allí proceden el bonito del norte, los centollos, pescados y mariscos de la Ría, merluza de primera calidad, langostinos, bacalao, pulpo gallego, camarones, nécoras, mero, rodaballo, lubina, sardina, anguila, y un largo etcétera.



Nuevamente encontramos la experiencia de muchos de los comerciantes, que conocen a la perfección el tratamiento de su producto, y a su clientela. Algunos de ellos empezaron haciendo venta ambulante por los pueblos y montañas de Lugo hasta recalar en el mercado. Imaginen el conocimiento que tienen de su clientela. Una clientela que ha ido variando, incluyendo los vecinos de los barrios del casco histórico que hacen su compra de forma presencial hasta los nuevos clientes jóvenes con niños que se han ido acercando cuando menos se esperaba, a partir del confinamiento provocado por la COVID19. Curiosamente, esta crisis les ha hecho redescubrir la calidad, profesionalidad y compromiso de los comerciantes del Mercado y la Plaza.



Las nuevas generaciones en el mercado son como una lenta marea que va filtrándose del lado de la clientela y de los comerciantes, introduciendo leves pero visibles cambios de pautas que impulsan el mercado. Por ejemplo, la distribución a domicilio, que emprenden individualmente algunos de los comerciantes, es un ensayo del futuro proyec-



to colectivo del mercado. Es tendencia la vuelta de jóvenes bien formados pero desilusionados con el sistema, hacia la cadena de producción tradicional resignificada en los eslabones de la producción o del comercio. De hecho, algunos de los puestos del mercado han sido puestos en marcha en los últimos años por jóvenes expulsados del mercado laboral o cansados del círculo vicioso de la dependencia y la precariedad. No olvidemos que una de las virtudes y atractivos del pequeño comercio, no siempre referenciado por los especialistas, es la autonomía y la independencia del trabajo por cuenta propia.

Cada una de estas pinceladas que hemos destacado en este breve artículo, hacen del mercado Quiroga Ballesteros de Lugo un referente del comercio de la provincia y de la comunidad gallega. Un adecuado retoque de las obras de modernización emprendidas en 2013 y 2014, junto con algunos cambios siguiendo las pautas de sus mejores conocedores, sus comerciantes, amarrarán su desarrollo en el futuro. Un futuro siempre unido al despliegue del valor cultural y comercial intramuros de la ciudad.

Por eso, tiene todo el sentido la integración de la asociación del mercado en Lugo Monumental, que potencia todo el espacio incluido el mercado, a través del comercio como epicentro. Un ejemplo son los vinos de la zona, potenciados a través de la original resignificación de la fiesta de Santa Marta, patrona de los hosteleros lucenses. En el mes de julio, la fuente barroca de San Vicente, mana vino por sus tres caños. Todo vecino y visitante puede regalarse un buen vaso, rodeado de la fiesta, la historia y la hospitalidad de la ciudad. Es una fiesta única y peculiar.

Así es el mercado Quiroga Ballesteros de Lugo, una mezcla de historia, alegría, calidad y gente que sabe. Solamente hay que seguir el camino que ellos y ellas marcan, es el futuro.

**Juan Ignacio Robles**

*Profesor de Antropología Social  
Universidad Autónoma de Madrid.*



All-natural  
DESDE 1725

# el lobo

Elaborado con ingredientes All-natural



AZÚCAR MORENO  
DE CAÑA INTEGRAL



CON HUEVO DE  
GALLINAS CAMPERAS



CACAO DE  
AGRICULTURA  
SOSTENIBLE



100% CARTÓN  
RECICLADO



QUE BUEN TURRÓN  
CALIDAD SUPREMA  
QUE BUEN TURRÓN



[www.ellobo.com](http://www.ellobo.com)   

Polígono Industrial Ciudad del Turrón (Espartal II), Edificio Museo, s/n • 03100 Jijona (Alicante)





**biomarket**  
mercabarna



[www.mercabarna.com/biomarket](http://www.mercabarna.com/biomarket)

# YO SOY BIO

**Biomarket,**  
el primer mercado mayorista  
de alimentos ecológicos de España.

Yo soy el nuevo mercado mayorista de productos ecológicos de Mercabarna. Un nuevo espacio con una amplia cantidad, variedad y calidad de productos bio. Más cercano, porque cuidar a tus clientes te sea ahora más fácil. Una instalación que cumple con todos los requisitos de seguridad alimentaria y certificaciones para garantizarte, en todo momento, la mejor oferta bio. Yo soy Biomarket, abierto para los profesionales desde el mes de noviembre. **Yo soy Bio.**

