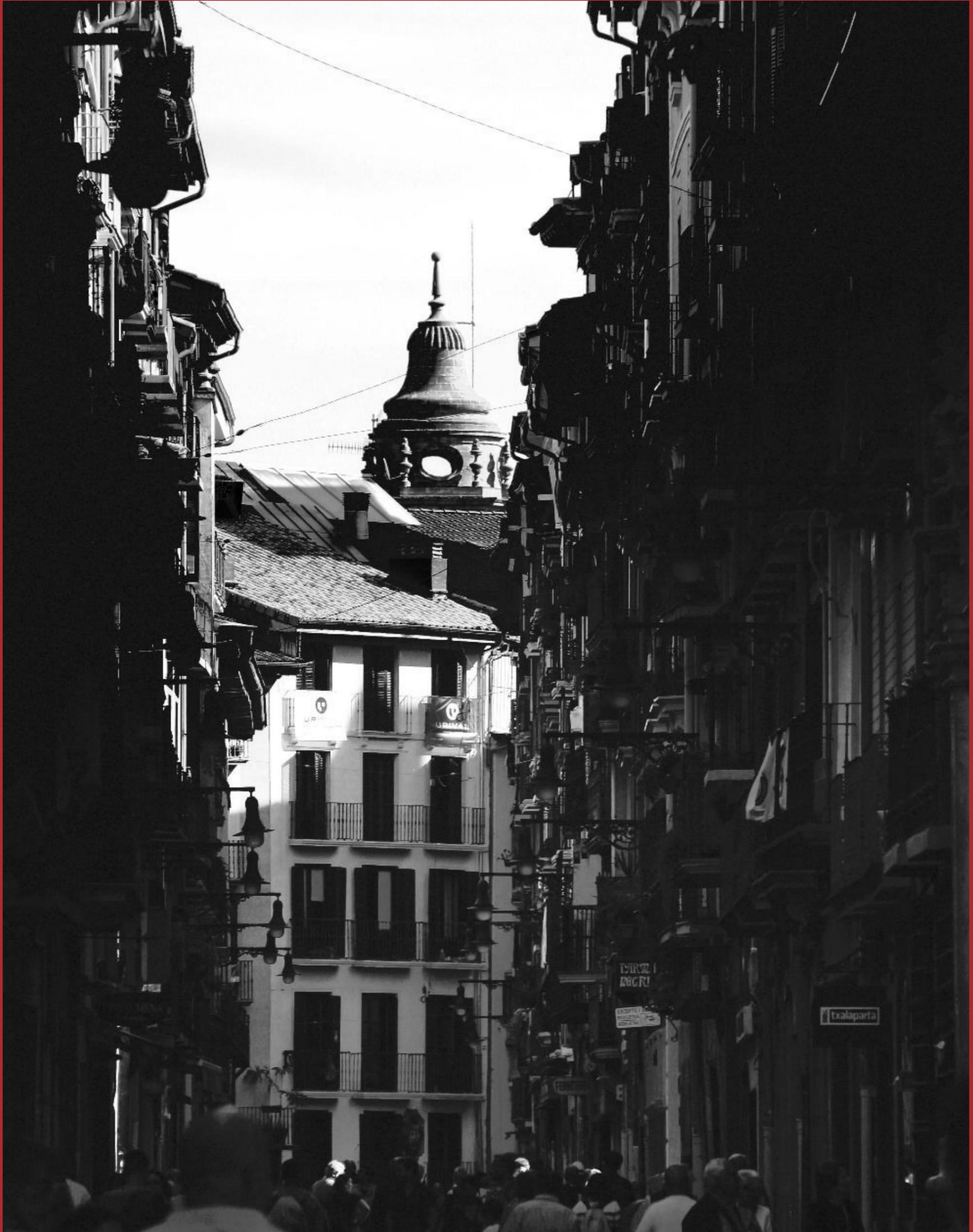


YO LO VEO ASÍ

NOVIEMBRE 2023



PLAN DE RENOVACIÓN

Calle Mayor de Pamplona

SUMMA

HITOS

PANORAMA

MAPA

LOS DE SIEMPRE

ENTREVISTA

LOS ÚLTIMOS

RIO

LA BAJERA

KATAKRAK

REGALO DE NAVIDAD

LOS PATIOS

CONDESTABLE

PLAN DE RENOVACIÓN

La calle Mayor de Pamplona

1377

Existe un documento de este año en el que hay una inscripción tipo crónica por la que sabemos que “un tal Francés Cathelán fue ahorcado por haber robado unas monedas y una cruz de plata a varios huéspedes”, en una taberna de la calle Mayor (Rúa Mayor de los Cambios). Aquel lugar se llamaba “Casa del Caballo Blanco”. ¿Te suena? Efectivamente, el actual Mesón del Caballo Blanco del Redín debe su nombre a aquel bar de la Edad Media.

1423

El 8 de septiembre de ese año se aprobó el Privilegio de la Unión. El documento firmado por el rey Carlos III unía los tres burgos en una única ciudad. Esta unificación supuso la paz entre los vecinos de Pamplona, pero también ocasionó una serie de peculiaridades. En lo que a la calle Mayor respecta, antes de la unión cada uno de los burgos contaba con una calle de idéntica denominación. La Mayor de la Navarrería (hoy Mercaderes y Curia), la Mayor de la Población (hoy Zapatería) y la Mayor del Burgo (calle actual). Aunque tardó un siglo, la Mayor del Burgo desplazó los títulos de las demás, prevaleciendo el suyo, que con el tiempo se convertiría en calle Mayor de Pamplona.

Aquella calle Mayor del Burgo estuvo siempre formada por dos barrios independientes llamados Mayor de la Corregería (donde estaba asentado el gremio que fabricaba corrajes para las caballerías) y Mayor de los Cambios (porque albergaba una Casa de Cambios). Los dos barrios se dividían por las belenas (hoy calle de Eslava). No fue hasta el siglo XIX cuando los dos barrios se convirtieron en uno sólo, el de la Calle Mayor de Pamplona, que es la rúa más antigua que se conserva en nuestra ciudad.

Po

Po
La ca
preci
nava
Pala
dedi
El m
colec
perta
otros
fami
Entr
encu
disti
part
musi
por e
Sara
Un g
junta

Los palacios de la calle Mayor

EZPELETA

Es el portal 65 de la calle. El palacio se comenzó a construir en 1709 por encargo del marqués Agustín de Echeverz, a su regreso de América. Por eso, la fachada barroca está compuesta de motivos militares (cañones, trofeos, guerreros).

En 1802 el inmueble pasó a manos del conde de Ezpeleta, que colocó su escudo en la portada y dio su nombre al edificio, que después ha sido colegio, conservatorio y escuela de idiomas.

Como curiosidad, la barandilla de uno de sus balcones del primer piso conserva todavía las huellas de un impacto producido por una bala de cañón, a consecuencia de uno de los bombardeos efectuados por los carlistas en 1875 desde el monte de San Cristobal.

REDÍN Y CRUZAT

El palacio es un edificio catalogado, de estilo renacentista, con algunos elementos barrocos que se incorporaron en una restauración realizada en el siglo XVII. Es el número 31 de la plaza. Hoy en día alberga el Centro Comunitario Sociocultural PLAZARA!

CONDESTABLE

Es el gran caserón que ostenta de la calle y hace esquina con el edificio que se edificó en 1530 por el IV conde de Alba, quien más adelante quedó vinculado por herencia a diferentes instituciones de la ciudad. Este nombre empezó a designar el edificio en 1430 el antiguo título honorífico del Reino.

El obispado de Pamplona instaló en 1590 su sede en el Palacio del Condestable en la calle Mayor, y allí se marcó la construcción del Palacio Arzobispal. También fue Casa Consistorial. En él se instaló el Ayuntamiento durante la construcción de la nueva Casa Consistorial desde 1752 hasta 1760 año en que la Corporación retornó al actual Ayuntamiento.

1933

La primera emisora de radio en Navarra se instaló en el número 41 de la calle Mayor. Fue inaugurada el 27 de mayo de 1933 y se denominó E.A.J. 6 Radio Navarra.

1953

El 18 de marzo de ese año se inauguró, en el número 35, la sociedad gastronómica Napardi. Los fundadores fueron un grupo de pamploneses que pretendían crear una sociedad al estilo de las que ya existían en Guipúzcoa. La primera junta directiva estuvo presidida por Miguel Erice. En 2001 se trasladaron a la actual sede de la calle Jarauta.

UN PASADO VITAL

Los residentes de la calle Mayor de Pamplona revelan los desafíos urbanos, la pérdida de identidad y las esperanzas para revitalizar el que un día fue el corazón de la ciudad

TERESA PÉREZ

Desde lo alto de las viviendas, la evolución urbana avanza ante la mirada de sus residentes. Testigos de décadas de cambios y adaptación, los vecinos de la calle Mayor se erigen como las voces que narran la transformación de una vía a la que antes llamaban hogar.

Esta calle, enraizada en el casco viejo de la ciudad, fue mucho más que un simple tramo de conexión. Era el epicentro de la ciudad, donde resonaban las conversaciones animadas entre vecinos y visitantes, un monumento vivo que tejía la tela social de Pamplona. No obstante, como tantas otras calles de los centros históricos, la calle Mayor ha experimentado un cambio palpable a lo largo del tiempo, revelando los desafíos inherentes al desarrollo de la ciudad.

La disminución de la vitalidad que una vez caracterizó a la calle Mayor no es simplemente el resultado del paso natural del tiempo. Las voces de los habitantes, impregnadas de nostalgia y consternación, arrojan luz sobre los factores que han contribuido a este proceso.

Rosa Etxarri, residente de la calle Mayor durante 43 años, personifica la conexión entre su familia y la vía. Rememora cómo la cocina de su madre, punto de encuentro de risas y confianzas entre vecinas, era un eco del bullicio animado que caracterizaba la calle en su juventud: "Había una camaradería única; las puertas siempre estaban abiertas. Además, cada mañana veía cómo las vecinas se organizaban para llevarnos a todas las niñas juntas al colegio, que en aquel momento eran las Teresianas".

Asimismo, destaca como la vida

en la calle también ha sufrido cambios: "La gente de los pueblos circundantes llegaba para participar en actividades, desde cortarse el pelo hasta realizar intercambios comerciales, esto ya no se ve, la gente ha cambiado sus costumbres".

Por otro lado, Paqui Etayo propietaria de Mercería Ferran, trae consigo la perspectiva única de ser la primera generación de su familia en establecerse como vecina de la calle Mayor. Su conexión con la calle se ha acabado tanto en lo personal como en lo comercial, ya que Mercería Ferran es un negocio generacional de más de 100 años con raíces profundas en la comunidad. Desde sus primeros días hasta la evolución actual, Paqui ha sido testigo de cómo el éxodo de residentes ha dejado una huella profunda: "Mucha gente se ha marchado de aquí. Ha venido gente joven a vivir el Casco Viejo, pero ya no es la armonía y el cariño que había". Aunque la llegada de nuevos habitantes ha inyectado nueva vida al Casco Viejo, Paqui reflexiona con melancolía sobre la pérdida de esa conexión cotidiana que solía ser la piedra angular de la calle Mayor. La conversión de la calle no solo es un cambio físico, sino también un cambio en las dinámicas sociales que ha llevado a una nueva realidad.

Del mismo modo, Rosa Etxarri, aporta otra motivación por la que la gente ha decidido marcharse: "Los pisos no tienen calefacción, no tienen ascensor, son menos habitables". Sus palabras indican que la depreciación de ciertos locales y viviendas pueden estar relacionadas con deficiencias en las comodidades y condiciones de habitabilidad, lo cual podría influir en la atracción de nuevos inquilinos.

Al igual que Rosa y Paqui, Jose Luis Echeverría, vecino durante 36 años, comparte la visión de la actual vida de la calle. Jose subraya el cambio en los hábitos de la gente, señalando una transición de la actividad social en la calle hacia la esfera privada de los hogares: "Tú salías de trabajar y no te ibas a casa. Eso ha cambiado desde hace 15 años aquí. Antes te ibas a echar potes a Jarauta y volvías a las diez de la noche, ahora la gente sale de trabajar y se va directamente a casa".

A pesar de ello, hay más en juego. Patxi Zariquigui, dueño de Deportes Zariquigui y residente durante 18 años en la calle, desvela otro elemento crucial que ha modelado su actual panorama: la peatonalización. Este proceso, que se gestó a finales de los años 90 y culminó en el año 2000, marcó un hito en la historia de la calle al restringir el acceso vehicular, transformándola en un espacio exclusivamente para peatones.

Patxi enfatiza que esta medida, aunque buscaba promover una experiencia más tranquila y amigable para los peatones, ha tenido un impacto negativo en la vida social. La molestia de no poder entrar en coche, la falta de estacionamientos y el desplazamiento de negocios fuera de la ciudad son aspectos que resaltan los desafíos que la peatonalización ha creado: "Si aquí hubieran hecho, en vez de 300 plazas de aparcamiento, 2000, habría venido la gente y habría vida".

Además, este cambio en la dinámica de la calle no solo influye en la percepción de la calle como un espacio

“

Es una pena ver la Calle Mayor de Pamplona así. Hay muchos locales que están vacíos, dejados. No es lo que era antes”





“Hay que concienciar a la gente de que se compre en el pequeño comercio de cualquier barrio, o si no se morirán los propios barrios, incluido este.”

comunitario, sino que también afecta a los comercios y a las fachadas. A sus 50 años, Patxi encarna la adaptabilidad ante el cambio. Con una visión emprendedora, ha afrontado la peatonalización renovando su negocio y expandiéndolo a plataformas online. Consciente de la disminuida actividad en la calle, comprendió la necesidad de diversificar y no depender únicamente del comercio local.

En cambio, Paqui Etayo, al expresar su pesar por la proliferación de locales vacíos y descuidados, ilustra una realidad innegable: “Es una pena ver la calle Mayor de Pamplona así. Hay muchos locales que están vacíos, dejados. No es lo que era antes”. Su visión resalta cómo la decadencia comercial no solo se traduce en pérdidas económicas, sino que también deja cicatrices visuales en la calle. La presencia de más persianas bajadas que subidas, según el lamento de Paqui, refleja la disminución de la actividad y la falta de vitalidad que antes caracterizaba a la emblemática vía.

En medio de este panorama desafiante, la calle Mayor se enfrenta a la pérdida de su identidad histórica. La preservación de la vida comercial y la restauración de las fachadas se convierten en elementos esenciales para revitalizar la calle y devolverle su papel central como punto de encuentro y testigo de la vida urbana.

Sin embargo, los vecinos también ofrecen sus recomendaciones para sacar adelante la calle. Jose Luis, subraya la importancia

de concienciar a la comunidad sobre la necesidad de apoyar el pequeño comercio local: “Hay que concienciar a la gente de que se compre en el pequeño comercio de cualquier barrio, o si no se morirán los propios barrios, incluido este”.

En una perspectiva más amplia, Francisco Javier Moral, miembro de la junta de asociación de vecinos, es una figura comprometida y visionaria en la revitalización de la zona. Testigo de la modificación de la calle Mayor durante 28 años, ha dedicado gran parte de su tiempo a buscar soluciones que contribuyan a su resurgimiento. Propone soluciones integrales para mejorar la movilidad y la infraestructura, resaltando un proyecto en desarrollo para abrir la Plaza Santa Ana al público. Plantea la construcción de tres plantas de estacionamiento exclusivas para residentes, fomentando un enfoque inclusivo que abarque tanto a propietarios de locales como a vecinos de la zona, imaginando la plaza como un espacio multifuncional: “Abogaría más por tres plantas de aparcamiento en lo que es la plaza. Sería muy bonito intentar hacer un pequeño comercio de barrio”.

También sugiere medidas más contundentes y propone la imposición de multas significativas a los propietarios de locales cerrados. En sus palabras, “para mejorar habría que intentar que los propietarios de locales cerrados tuvieran unas multas suficientes como para que los sacaran a mejor precio o no especularan con ellos. Sería muy interesante un impuesto de no utilización”.

A través de las palabras de los vecinos, se revela una historia de pérdida y cambio, pero también de resistencia. El legado de Rosa, Paqui, Jose Luis, Patxi y Javier y su contribución a la comunidad son un recordatorio de la importancia de la comunidad en la vida urbana. La calle Mayor se enfrenta al desafío de reinventarse, y en cada paso, en cada palabra de sus residentes, encuentra la fuerza para forjar un nuevo capítulo, manteniendo viva su esencia.

Y UN PRESENTE CON DUDAS

Los 50

comercios de la calle

Mayor

<i>Listore floristeria</i>	<i>Cannabis outdoor</i>	<i>aika</i>	<i>Vey and Vey moda infantil</i>		<i>Bazarchina</i>			<i>Katakrak</i>	<i>Antiguedades</i>	<i>Ixalaparta</i>	<i>Labajera</i>			<i>Pavana</i>
<i>Alimentación mayor</i>	<i>Loterías y apuestas 2001 el 5 premio de navidad</i>	<i>El camerino</i>	<i>Farmacia</i>	<i>Sucursal de la luz</i>		<i>Samoa sport</i>		<i>Haizea (instrumentos)</i>	<i>Ongizan panadería</i>		<i>Paris 365 denda moda</i>	<i>Peluquería paris</i>	<i>Bar olazti</i>	

Todos aquellos comercios que aparecen en negro están cerrados, en venta o en alquiler en este momento, en nuestro plan de renovación hablaremos sobre los problemas que han sufrido los de siempre, los últimos en llegar y los que ya no estan..



Beunza luz

Moda textil anma

BM

Taberna

Ulireia

Alimentación y ecología

Aglaya creativos

Skaner shop ropa

Clase (ropa)

Freema T. Porter

Charmes

Droguería andanaz

Artazcoz

Ortega

Carrefour express

Ferretería Sanz

Berna joyería relojería

Samoa sport

Perfumería

Ferran abanicos

Zariquegui deportes

Carel

Le temps des perises

Tattu

La zapatillera

Furber lois

Maitagarri

Medina Lencería

ECHA UN VISTAZO A LA CALLE



LOS DE SIEMPRE



Más de un siglo detrás del mostrador

Sucesores de Ortega es uno de los 6 comercios de la calle Mayor que tiene más de un siglo de historia. Resiste vendiendo “ropa de toda la vida” mientras busca adaptarse a los gustos de los jóvenes

MARIANA SANTIVÁÑEZ

Francisco Javier Navarro afirma que antes la Calle Mayor era “portal, comercio, portal”, y ahora solo son oficinas o establecimientos cerrados. Sin embargo, aun después de ver el cierre de numerosos establecimientos, asegura que su local centenario, Sucesores de Ortega, perdurará. A lo largo de su historia, la Calle Mayor ha sido conocida por sus comercios centenarios. En la actualidad solo quedan seis. Hace años que las grandes superficies habían golpeado las ventas de estos pequeños establecimientos pero en 2020 dio la puntilla a dos establecimientos centenarios: La Algodonera y Casa Ataun. El local de la primera, antes mercería, ahora es una tienda de ropa.

Mientras, el establecimiento donde solían estar los txantxigorri, chocolates y regalices de Casa Ataun, no ha sido ocupado. Mientras, Sucesores de Ortega sobrevive con su esencia de antaño. La madera antigua y el ambiente de cercanía que proporcionan Francisco y sus compañeros Beatriz Ciprés, Marta Mateo, María Garralda y María José Lapeña, se colorea con las telas. Entre todas las cajoneras que rodean los adentros del local, ninguna está vacía. Cada

una está repleta con montañas de prendas confeccionadas. “No formula en los registros la fecha exacta -señala Patxi-, pero fue entre 1900 y 1905 que se fundó Casa Ortega”, aclara Francisco. El fundador fue Bonifacio

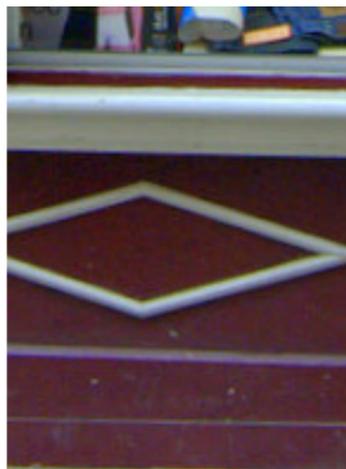


Ortega, o Boni para los cercanos, que abrió el establecimiento en el número 1 de la Calle Mayor. Comenzó como una pañería, especializada en telas para trajes de caballeros. Para 1920, la gente de los pueblos y de la cuenca, tras familiarizarse con el local, lo conocían como Casa Boni hasta que en 1935, Bonifacio Ortega falleció. Entonces, el negocio pasó a José Ortega, o Don Pepe para los vecinos. Bonifacio tenía más hijos, pero ninguno quiso continuar con el negocio familiar salvo Pepe, quien fue el único en no irse a Madrid a cursar carreras de Ingeniería.

Durante su período de liderazgo -30 años, hasta 1965- el local se conocía como Hijo de Bonifacio de Ortega. El cambio no radicó únicamente en el nombre, sino que el producto fue evolucionando. Además de las telas de traje de caballero, se expandieron a las telas para vestidos y batas de señoras, sábanas, y confección en general. Inclusive, por un tiempo, se les llamó la Casa de las mantas y las bolsas del establecimiento aceptaron tal denominación. “En 1966, Don Pepe dejó la tienda a sus dos dependientes: Daniel Cayuela Ortega y José Manuel Navarro”, comenta Francisco. En esta época se consolidó el nombre por el cual conocemos el establecimiento: Sucesores de Ortega. Con ellos, llegó la apertura de una zona exterior y el acondicionamiento de una zona de probadores, que se mantiene en la actualidad. Asimismo, en afán de no perder la esencia del comercio tradicional, se empezaron a vender trajes regionales, blusas de fiesta y todo tipo de prendas confeccionadas. Debido a la pérdida de costumbre respecto a la costura, el apartado de telas -que fue el primero- se redujo, y los dueños hicieron énfasis en las prendas confeccionadas. Cuando en 1990 falleció Daniel Cayuela, su titularidad pasó a manos de su esposa y, en 2003, a sus tres hijas. En la actualidad, el responsable es Francisco, Patxi porque le gusta más, sobrino de José Manuel Navarro.

No obstante, los más de cien años de trayectoria no convencen a Francisco sobre la estabilidad de un comercio local. No al menos en 2023. Se pregunta cómo alcanzará la atención de los jóvenes si no se detienen siquiera a observar los establecimientos. Según el Instituto Nacional de Estadística, entre el año 2016 y 2021 desaparecieron casi 700 comercios en Navarra, un 10% del total. El vacío que reconoce Francisco en la calle Mayor, es “real e inevitable”. En la era digital “aque que no está actualizado -garantiza-, no vende” “Mi tienda es como un libro en el que mira solo la portada no basta sino que debes ojear la páginas y disfrutarlo

lentamente”. Francisco observa las tendencias de los jóvenes que pasan por la Calle Mayor deseoso de actualizar Sucesores de Ortega. “Yo vendo la ropa de trabajo de toda la vida pero intento adaptar los gustos de los jóvenes a mis productos”. Mientras dependa de él, el local no se quedará atrás.



103

AÑOS A TU LADO

Lencería Medina lleva 103 años de actividad. La tercera generación de la misma familia mantiene la propiedad y la ilusión

MARIANA SANTIVÁÑEZ. Cuando Maitane Gómez comenzó a trabajar en la Lencería Medina hace 15 años, no sabía que su madre solía comprar ahí las lanas para tejer sus abrigos. No fue hasta después de que le dieran el trabajo, cuando se lo contó a su madre, que se enteró.

Al recordar con ella los inviernos de su niñez en su casa de la calle Estafeta, le resulta curioso cómo después de tantos años siendo su madre una “recurrente”, ella terminó dedicando un tercio de su vida al local. Maitane llegó por casualidad con la recomendación de una amiga, cuando le avisó que una lencería “bastante cerca a su casa” necesitaba apoyo. Ella se presentó sin pensarlo.

“Nuestros clientes buscan productos especializados y nacionales”



Maitane Gómez

Unos metros más allá de Sucesores de Ortega, en el número 7 de la Calle Mayor, el 20 de mayo de 1920, Cristiano Medina Ordonica

fundó la Camisería Medina y Compañía, ahora conocida como Lencería Medina. La historia comienza con el Diario de Navarra y Cristiano anunciando la inauguración de su tienda. “Hoy, jueves, 20 de mayo de 1920, en el número 7 de la Calle Mayor”, sentenciaba. Ahora es el 5, pero el cambio radica en el número, no en el establecimiento.

Cristiano se había entrenado en el negocio camiserero desde los 14 años, cuando comenzó a trabajar en un local en la calle Zapatería. El primer nombre explica su oferta principal: las camisas, allí era posible encontrar alguna que otra colonia o complemento. La segunda parte -Compañía-, se refiere al apoyo económico que recibió de un amigo comerciante, Oyarzun, dueño de la mercería Carrete, también en la Calle Mayor.

Además, el resto de la compañía eran sus dos hermanas y su sobrina, Dominica, quien tiempo después terminaría sumándose a la segunda generación de Medinas con Maribel, la hija del fundador. Ella introdujo el género de punto, lanas, y hasta ropa de San Fermín de niño.

En medio de este desarrollo, llegó la tercera generación de Medinas, en 1989 con Mirentxu García. Con ella, en “Nuestros clientes buscan productos especializados y nacionales”.

En 2002, se amplió el espacio del comercio para agrandar

la zona de caballeros, añadieron corsetería y línea de baño.

Sin embargo, un siglo después de su apertura, hay cosas que no cambian: el escaparate sigue igual, el interior de la tienda luce los antiguos muebles, el armario principal y las cajoneras que Cristiano colocó. En 2008 se incorporó Maitane, aunque no es una Medina. “Pero como si lo fuera”, dice Mirentxu.

Hace cinco años, Amaya García Medina, la hermana mayor de Mirentxu se unió al negocio familiar.

A pesar de que unas llevan más tiempo que las otras, el trabajo diario les ha hecho comprender que es gracias a su clientela fiel que el negocio se mantiene. “Las madres vienen con sus hijas -comenta Mirentxu-, y cuando crecen y estas tienen sus familias, vienen con sus pequeños”.

Los que van a la Lencería Medina buscan “productos más especializados y nacionales”, así como las madres que se pasan en invierno a por lana. Maitane, en su primer día de trabajo, recibió el encargo de limpiar las estanterías de “arriba del todo”. Con una pequeña escalera subió y comenzó a quitar cajas vacías y llenas de polvo. Al fondo, vio unas lanas. “Estas podrían haber sido las que compraba mi madre”, pensó.



"Al cliente hay que ir a buscarlo"



Patxi Zariquiegui

"Al cliente hay que ir a buscarlo"

Patxi Zariquiegui sigue regentando la tienda de deportes más antigua de Pamplona que ahora necesita un empujón para alcanzar la clientela que hoy frecuenta las grandes superficies.

Cuando Nacho Peláez pasa por la Calle Mayor y tiene tiempo libre, entra en Deportes Zariquiegui, el local de su amigo Patxi Zariquiegui. Por 25 años, jugaron pádel cada día hasta hace un par de meses, porque Patxi ya no pasa por el club. Al despedirse, después de haber saludado a Dakota, la hija de Patxi, le dice a su amigo que pronto deben tomarse un café. Él le sonríe y se despide. "Pronto", responde.

Lejos de Sucesores de Ortega, la lencería Medina y la mercería Ferrán, en el número 25 de la Calle Mayor, está la tienda de deportes más antigua de Pamplona con más de 70 años de trayectoria.

Daniel Zariquiegui, el fundador de la tienda de deportes Zariquiegui y exárbitro internacional, transformó la zapatería de su madre en el establecimiento de moda en material deportivo a los pocos días de debutar el 17 de agosto de 1950 en Primera División en Málaga. Aunque en sus inicios la tienda tenía un enfoque futbolístico, ahora cubre todo tipo de deportes de equipo. Daniel tuvo seis hijos

con María Guadalupe de Asiáin, y cuando falleció el 18 de octubre de 1999 a sus 75 años debido a una larga enfermedad, su hijo mayor, Francisco -Patxi para los del barrio-, heredó el establecimiento. Sin embargo, esta no era la primera vez que Patxi se ocupaba del local.

Desde los 10 años, en las semanas que el equipo de su padre jugaba fuera, él cogía los relevos. "Ahí tienes, trabaja y vive", le decía. Ahora Patxi tiene 62 años y para mantener el negocio, se ha visto en la necesidad de vender sus productos fuera de la tienda porque la clientela "dejó de ir a tiendas de deporte autónomas y solo van a lugares como el Corte Inglés".

Solo le queda trabajar con clubes de pádel, fútbol, y diferentes entidades. "No puedo esperar a que venga el cliente y compre sino que debo buscarlos", explica. Quisiera retirarse en 3 años, pero siente "inestabilidad en el sistema de pensiones", así que planea mantenerse unos años más. De lo que está seguro es que con él, Deportes Zariquiegui se termina. "Ni mi hija, Dakota, quiere mantener un horario completo de lunes a sábado de 10 de la mañana a 8 de la noche por un sueldo mísero", asegura. Le gustaría quedar con Nacho a tomarse un café o ir a jugar pádel, pero ya está mayor, el cuerpo le falla, y el tiempo tampoco le sobra.

"Seguiré mientras mis clientes me busquen"

“Mantener la actividad comercial del casco antiguo es mantener la vida de esta zona”



Carlos Albillo Torres (Pamplona, 10 de noviembre de 1963) entró a formar parte de la Asociación de Comerciantes del Casco Antiguo de Pamplona en 1985 como responsable de comunicación. Más adelante se hizo con la gerencia de la entidad y hoy ya lleva 27 años como presidente. La Asociación de Comerciantes del Casco Antiguo de Pamplona es la que tiene mayor número de empresas asociadas, aproximadamente unas 220 y lleva desde 1984 apoyando al pequeño comercio de la ciudad.

INES IBÁÑEZ

Ante la elevada pérdida de locales en los últimos años, Albillo explica los motivos por los que es importante mantener el comercio minorista y las herramientas para hacerlo: “tenemos que potenciar aquello en lo que es fuerte, como la atención al cliente, el conocimiento del producto o el trato personalizado. Elementos que las grandes superficies no tienen”.

La asociación surge hace casi 40 años, ¿por qué?

C.A.: A finales de los años 70, surge una iniciativa comercial que se llamaba Asociación del Burgo de la Navarrería, aunque su ámbito de actuación era un poquito más amplio, llegaba hasta Estafeta, Mercaderes, y otras calles. Había también otra iniciativa, Amigos del Burgo de San Cernin, sobre todo de comerciantes de la calle Mayor. Pretendían dinamizar y revitalizar una zona que en aquellos años estaba pasando por dificultades porque había mucha conflictividad política y social. Al final, ambas iniciativas se fusionaron y, en el año 84 se funda la Asociación del Casco Antiguo, que abarca todo el casco antiguo de Pamplona.

Desde entonces, estamos día tras día luchando por mantener la actividad comercial en el centro de la ciudad. Porque entendemos que no es solo un sector económico, sino que mantener esa actividad comercial supone mantener, en parte, la vida de esta zona.

¿Qué tipo de asistencia se da a los comercios locales en la asociación?

C.A.: Nuestro ámbito de actuación no solo es hacer de interlocutores entre las administraciones públicas y el colectivo que abarca el comercio, la hostelería y establecimientos de servicio, es decir, la actividad económica del casco antiguo. También les damos soporte en ámbitos de todo tipo: fiscal, laboral, jurídico, contable, etc., de manera indirecta a través de la asesoría Pyramide. Además,

hacemos gestiones, prestamos servicios de logística, de reparto a domicilio, tenemos un marketplace para la venta online de todos los establecimientos, tenemos un portal web... A lo largo del año también hacemos un montón de campañas promocionales de todo tipo y contamos con una tarjeta Visa Casco Antiguo, que es como una tarjeta monedero que se puede utilizar como tarjeta regalo y es recargable.

¿Ayudáis a los comercios a tener visibilidad en redes sociales?

C.A.: Sí. Tenemos una cuenta en Instagram y otra en Facebook. En el caso de Instagram, hemos duplicado el número de seguidores el último mes, pasando de 4.000 a más de 8.000. Tenemos un crecimiento bestial de seguidores al mes, de tal manera que somos la asociación económica con más seguimiento en Instagram por encima, por ejemplo, de la asociación de hostelería de Navarra y de cualquier otra asociación de comerciantes de la ciudad. Estamos muy animados con ello.

¿Cuál es el secreto para crecer tanto en redes sociales?

C.A.: Ofrecer un contenido de calidad. La ventaja que tenemos en el casco antiguo es que tenemos un buen producto y suficientes elementos como para hacer una buena venta.

¿Qué elementos?

C.A.: Me refiero a que el casco antiguo, de alguna manera, es el espíritu, el alma de la ciudad. Es la ciudad histórica, donde están el arte, los monumentos, la muralla, el escenario de las fiestas, la cultura, la hostelería, la gastronomía, los pinchos y los comercios de toda la vida. Comercios tan emblemáticos como pueden ser la pastelería Layana o Beatriz que de alguna manera son parte de la ciudad. Todo eso, hace que esta zona sea especialmente querida por los pamploneses. Aunque no vivan aquí, el casco antiguo es un poco de todos y eso es una gran ventaja que

tenemos que seguir cultivando.

En el caso concreto de la calle Mayor, ¿cómo está la situación de los comercios?

C.A.: La calle Mayor probablemente sea de las calles que mantienen un mayor número de comercios históricos y centenarios, sobre todo en el primer tramo de la calle. Desgraciadamente, los que se han incorporado no son tantos.

¿Por qué?

C.A.: Porque hay una pérdida neta de comercio en toda Navarra. Entre el año 2008 y el 2015 han desaparecido en Navarra un 23,87% de las empresas del sector, más del doble de las que se perdieron a nivel estatal (10,70%).

Entonces no es una tendencia que sólo afecte a la calle Mayor...

C.A.: No, no, para nada. Va en línea con el resto de comercio de Navarra. En el año 1990, por ejemplo, teníamos 650 comercios en el casco antiguo, y este año, estaremos en torno a los 350, como mucho. Estamos hablando de la mitad, casi. Pero no sucede solo en el Casco Antiguo, sino a nivel de ciudad. Del año 2000 al 2014 ha habido una pérdida neta de casi 3.000 locales comerciales en Navarra, concretamente 2.911. También se ha perdido empleo en el sector del comercio minorista, en este mismo periodo de 14 años se han perdido 4.551 empleos, el 16,9% del total, a pesar de que la cifra de negocio en el sector se ha incrementado.

¿Cómo puede ser que el comercio haya incrementado pero se haya perdido empleo?

C.A.: Porque las grandes superficies utilizan menos mano de obra, pero la rentabilidad que le sacan al metro cuadrado es mayor, es decir, que con menos trabajadores producen más. O sea, son menos intensivos en empleabilidad que el pequeño comercio. El pequeño comercio ofrece más trabajo y de mayor calidad.

Supongo que los precios tan competitivos a los que venden las grandes empresas también habrá influido en el comercio minorista...

C.A.: Claro. Empresas como Inditex o El Corte Inglés son productores aparte de distribuidores. Fabrican en Asia, pagando muy poco y eso les permite vender muy barato. El

pequeño comercio compra a fábricas nacionales, que en los últimos años están desapareciendo, y no resulta competitivo, porque no puede comprar en semejantes cantidades como las grandes superficies.

¿Qué medidas toman ante ese problema?

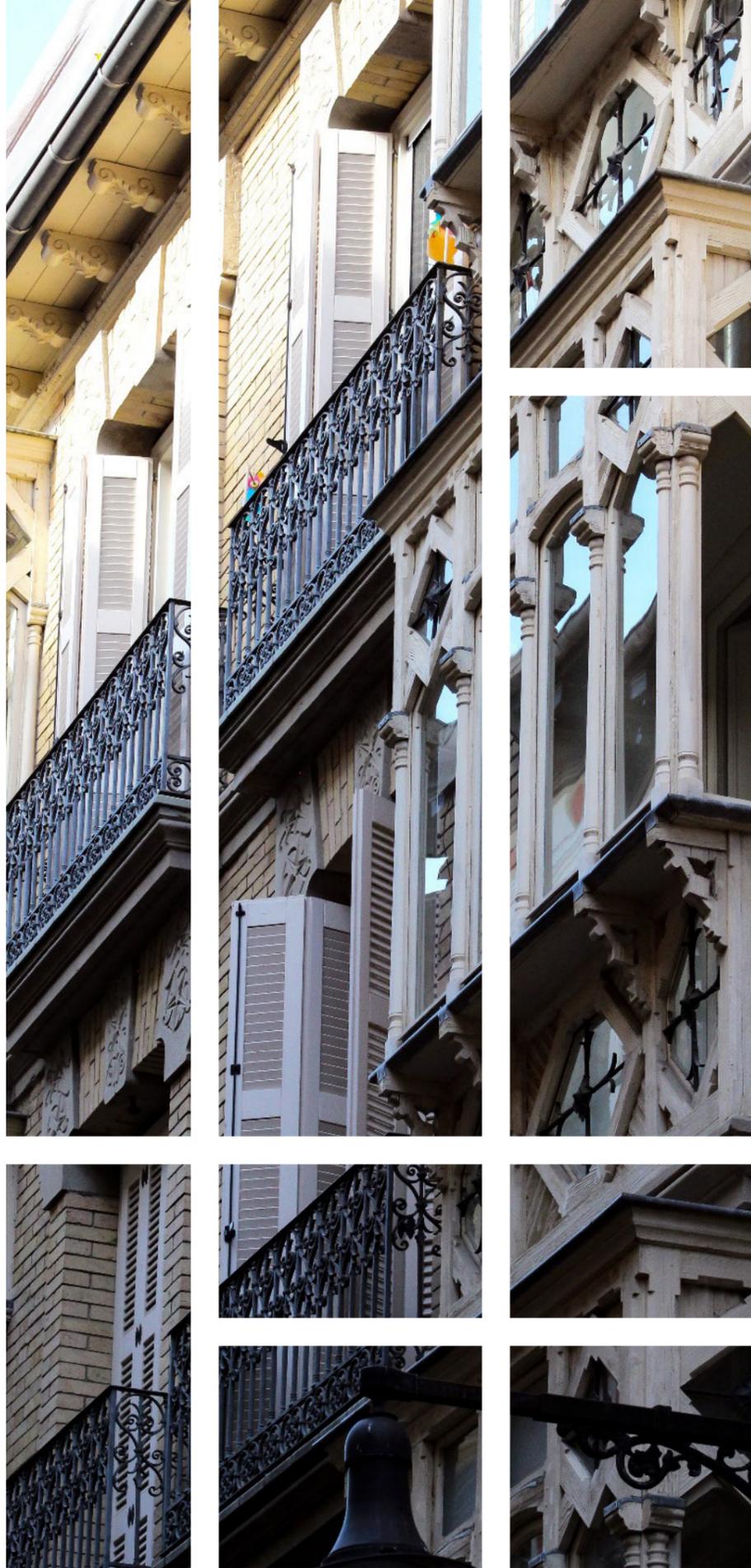
C.A.: Pues en los últimos años han tenido que ajustar mucho las compras y los stocks. Antes, los comerciantes compraban muchísimo, pero ahora no pueden comprar mucho sino bien. No se pueden permitir el lujo de tener un stock o almacén que no va a tener salida, porque al final van a tener que liquidar o poner en rebajas.

¿Cómo ha afectado la venta online?

C.A.: La venta online hace que las empresas que están detrás se ahorren muchos gastos, como en el personal. Al final, no necesitas más que un ordenador, un almacén y darle salida. Nosotros somos conscientes de que tenemos que habilitar ese canal y hemos puesto en marcha un marketplace para que el comerciante del pequeño comercio pueda también vender online. Eso sí, sabemos que el comercio no va a poder competir tampoco con los operadores digitales. Tiene que estar en el mundo digital, pero se tiene que potenciar aquello en lo que es fuerte, como la atención al cliente, el conocimiento del producto o el trato personalizado. Elementos que las grandes superficies no tienen.

Con esta iniciativa del marketplace, a nivel de asociaciones de comerciantes, ¿séis pioneros, ¿no?

C.A.: Sí. Está mal que lo diga yo, pero por algo somos los más viejos del lugar (se ríe). Creo que tenemos el deber de ir dos pasos por delante y de ayudar, en la medida de lo posible, a nuestras empresas asociadas a ir avanzando. ¿Cómo puede un pequeño comercio seguir trabajando? En primer lugar, por supuesto, por su buen hacer a través de la especialización y su relación con los clientes. Y luego tienen el acompañamiento que les ofrecemos. Nosotros estamos a su lado siempre para ayudarles en todo lo que necesiten.



“El pequeño comercio ofrece más trabajo y de mayor calidad”

“En 1990 había 650 comercios en el casco antiguo, este año estamos en torno a los 350, como mucho”

LAS ÚLTIMAS

Las nuevas emprendedoras llegadas a la calle Mayor se mezclan con el comercio tradicional. Desde 2020, han abierto siete nuevos negocios

IÑIGO LEIVA

Un tramo de acera enmoquetada al inicio de la calle atrae la atención de tres mujeres. Una felpa rojiza cubre el acceso a un local que tiene la persiana entreabierta y decorada con globos de color lila. Las señoras se acercan y agachadas, husmean el interior del recinto desde donde se escucha música comercial. Mezclados con la melodía, los golpes de un martillo marcan el compás de la canción y en el ambiente se aprecia olor a pintura.

La más curiosa de las viandantes comienza a entablar una conversación con alguien que se encuentra tras la estera colorada. Los martillazos cesan y la persiana comienza a abrirse. En ese momento, sale una chica portando una bandeja llena de dulces, bombones y caramelos. Es Dalma Rúa Padilla, la última emprendedora en establecer un comercio en la calle Mayor. Está de celebración y explica a sus huéspedes que en unas horas tendrá lugar la inauguración de su nueva tienda.

Recién llegada

Con 37 años, Dalma ha decidido lanzarse a regentar su propio negocio. Después de una década como empleada en un locutorio se ha sentido preparada para dirigir Transferencias de Dinero C/ Mayor 3. “Esto lo he construido con mis propias manos”, se enorgullece Rúa en mitad de tienda.

Todavía sin estanterías y con el característico eco de un espacio sin mobiliario, la joven boliviana explica por qué en una época en la que ya se pueden realizar transacciones dinerarias a través de internet ha decidido ofrecer ese servicio físicamente: “El tema del dinero es delicado. Aquí la confianza juega un papel imprescindible. Igual los jóvenes menos, pero la gente de más edad prefiere que se encargue una persona en la que confían”. El

servicio que presta Rúa desde la calle Mayor se centra en el envío de dinero al extranjero. No es una simple transferencia. Las personas que están ganando dinero en Pamplona y quieren enviar una parte a sus familias, que residen en otros países, deben tener en cuenta un cambio de divisas. De esto se encarga Dalma. “Las empresas con las que trabajo son las mismas con las que trabajan todos, entonces la gente confía”, explica Rúa. El número 3 de la calle, donde la recién llegada ha montado su local, se encuentra entre dos de los negocios más antiguos de la calle. Sucesores de Ortega en el 1, de 1905, y Mercería Medina en el 5, de 1920.

“El hecho de venir aquí fue porque vi que no había un comercio así en esta calle y, además, me gustaba mucho estar enfrente del palacio de Condestable —confiesa la emprendedora—, hay mucho movimiento”. La renta del local tiene un coste “normal”, según apunta Rúa, para lo que hay en la zona. El recibimiento de los vecinos ha sido bueno. “Los vecinos me han dicho que les viene muy bien el servicio de fotocopias, porque no había”, transmite Rúa. El mostrador de la tienda está cubierto de entremeses, picatostes y tortillas. Espera a sus amigos y familiares para celebrar el comienzo de un nuevo proyecto. Quiere una cosa pequeña, pero con estilo, con alfombra roja y todo. La sonrisa que muestra Dalma Rúa en su cara transmite ilusión y seguridad. Desea comenzar a trabajar y generar una cartera de clientes que confíen en ella para realizar sus movimientos de dinero.

El comercio se rejuvenece

La emprendedora más joven de la calle tiene su negocio en el número 26. Nerea Blanco Goñi ni siquiera alcanza con su edad esa cifra. Con 22 años regenta un estudio de ta-

tuajes desde el año 2020, con una lista de espera de 4 meses. Desde muy pequeña tenía claro que quería dedicarse a tatuar y con la ayuda de sus padres orientó sus estudios a este sector. “Con 16 años decidí hacerme un tattoo y fue como un amor a primera vista —reconoce Blanco—, no podía dejar de pensar en aquel estudio”.

Después de formarse en ciudades como Madrid y Barcelona, y tras muchas prácticas con piel sintética, recuerda con especial cariño sus primeras obras “Empecé tatuando a mi padre. Eso fue muy guay. Luego a mi mejor amiga”. Poco a poco fue dándose a conocer y el boca a boca le ayudó a llegar cada vez a más gente.

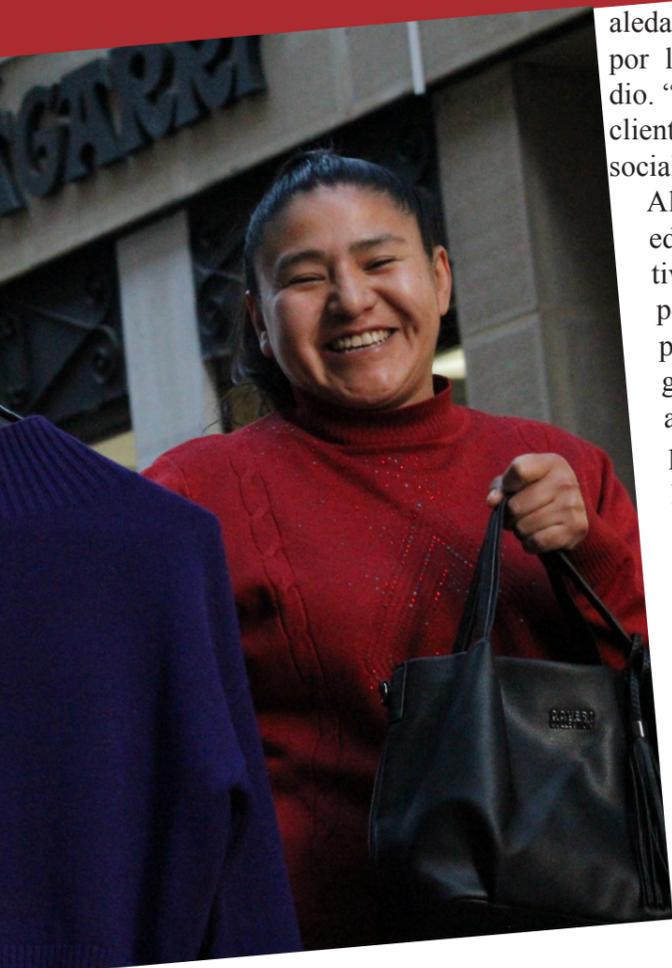
En la esquinada recepción de su estudio, la joven tatuadora expone al público varios títulos obtenidos de los seminarios que ha ido realizando. El escaparate exterior muestra imágenes de sus trabajos, añadiendo un toque moderno a la fachada de una de las calles más antiguas de la ciudad. “Estaba interesada en tres calles. La Estafeta, Chaitela y la calle Mayor porque son las tres calles de lo viejo con más afluencia de gente”, anota Blanco. Valoró los locales y decidió abrir un 3 de enero de 2020. Muy mal comienzo debido al inminente confinamiento.

Pero Blanco no se rindió. Tenaz, a la vuelta de la cuarentena cogió de nuevo los bártulos y siguió adelante con su proyecto. “Qué hará esta niña con un negocio de tatuajes aquí”, escuchó alguna vez desde la calle la joven artista.

Pero lejos de desanimarse, Nerea Blanco consiguió convencer con su trabajo y a día de hoy son varios vecinos de la calle quienes han pasado por la aguja y la tinta de la tatuadora. Los comerciantes

“**Qué hará esta niña con un negocio de tatuajes aquí**”





aledaños también están encantados por la presencia del nuevo estudio. “Yo te diría que el 90% de mis clientes vienen a través de las redes sociales. Sobre todo de Instagram”.

Al igual que los jóvenes de su edad, Nerea Blanco es una nativa digital y las redes sociales permiten que su escaparate y, por lo tanto, la calle Mayor lleguen a lugares que están más allá que los límites marcados por las iglesias de San Cernin y San Lorenzo.

Escaparate subversivo

El carácter comercial de la calle Mayor atrae a una gran variedad de comercios. Una de las últimas empresas que se han instalado en la antigua rúa de la Corregería es Txalaparta. Después de funcionar durante 35 años como una editorial, el pasado 22 de septiembre se presentaron las oficinas y la nueva librería con local en la calle Mayor 63.

“La nueva sede nos permite seguir cerca de nuestra comunidad y ofrecerle un nuevo punto de encuentro”, destaca Iñigo Fernández Oregi, trabajador de Txalaparta. La empresa la componen siete personas y es oriunda de Tafalla.

Trabajan, sobre todo, con publicaciones de corte social y político, en todo tipo de géneros: ensayo, narrativa, cómic y literatura infantil y juvenil. “Nuestra clientela es de un amplio rango de edad –analiza Fer-

nández–, aquí vienen padres con hijos”.

A la hora de seleccionar este lugar no hicieron demasiado hincapié en su localización concreta.

“Elegimos la ciudad, elegimos el barrio, pero el hecho de que apareciera esta oportunidad, esta bajera, fue algo más coyuntural”, revela Fernández, aunque reconoce que la calle Mayor es un gran escaparate para presentar el nuevo proyecto: “De momento sabemos que es visible, que la gente cuando entra se sorprende, le gusta lo que ve y está contenta de tener un punto más de referencia cultural en Iruña”.

Una nueva vida

Solo con relevos generacionales se puede conseguir que un negocio adquiera la categoría de Los de toda la vida. Este es el caso de Maitagarri. Sus anteriores dueñas han vestido a abuelas, madres y nietas durante 36 años. Pero en febrero de 2023 pusieron punto y final a su vida laboral y anunciaron su jubilación. La casualidad hizo que Dimelsa Quintero Soto buscara un local para establecer un negocio de venta de artesanía y bisutería. “En la calle Pozoblanco hay varios locales grandes, pero son carísimos. Unos dos mil y pico. Ese precio no lo saco en un mes”, protesta la dependienta.

Entró a Maitagarri y sintió que ese era el lugar. Por su forma de ser no quiso cambiar demasiado “Es una tienda que lleva muchísimo tiempo aquí. Soy de las personas que siempre me aferro a que estas cosas buenas no desaparezcan. Como

no quería cambiar el nombre, me parecía bien seguir con la línea de ellas”, explica Quintero.

El hecho de mantener los proveedores que tenían antes ha ahorrado mucho tiempo a Dimelsa que sí que ha cambiado algún estilo. “Me dicen que la tienda está cambiada. Es normal. Sería raro que no lo estuviera, porque soy otra persona y soy diferente a las anteriores dueñas”, aclara Quintero.

Siguen acudiendo a la tienda las mismas clientas que tenían las anteriores dueñas. Defiende el trato cercano y la calidad de atención que permite este tipo de negocios, frente a otros establecimientos “Hay mucha gente que necesita tu consejo y que le ayudes a decidir y a combinar”, explica Dimelsa Quintero.

La empresaria defiende el este formato de negocio no solo como un aporte de valor económico a una zona, sino como un baremo de riqueza social “Un lugar sin comercio local invisibiliza a sus vecinos”. Relata cómo todas las tardes, las vecinas de la calle acuden a la “tiendica”, como dicen ellas, y pasan un rato hablando. “Sabes que no van a comprar nada –explica Quintero–, pero al final es una labor que también nos corresponde”.

Nadie dijo que fuera fácil

A la altura de la calle Mayor 28, Ligia Culqui dirige el nuevo supermercado BM. Inició su andadura el

“ *Un lugar sin comercio local invisibiliza a sus vecinos* ”

EN LLEGAR

8 de junio de 2023 con mucha ilusión, aunque los comienzos no fueron buenos. “Sentí un poco de miedo al principio porque no obtuve los resultados que habían calculado desde la franquicia en el estudio de viabilidad”, reconoce Culqui. Tras los sanfermines, se popularizó y a partir de entonces, ha ido creciendo. Los vecinos están contentos y se alegran del servicio que damos. “No necesitamos ni salir de la calle”, apunta Gorka Lezaun, vecino de la calle Mayor, en referencia a los productos que se pueden comprar.

Al tratarse de una franquicia, a Ligia Culqui le propusieron desde BM el local en esta calle “Yo dije que sí, no lo dudé”, reconocía Culqui. Ha firmado un contrato de 10 años con la empresa, pero la encargada manifiesta con alegría que el local donde tiene el negocio se lo ha cedido el dueño con muy buenas condiciones “Nos ofertó un arrendamiento por 2

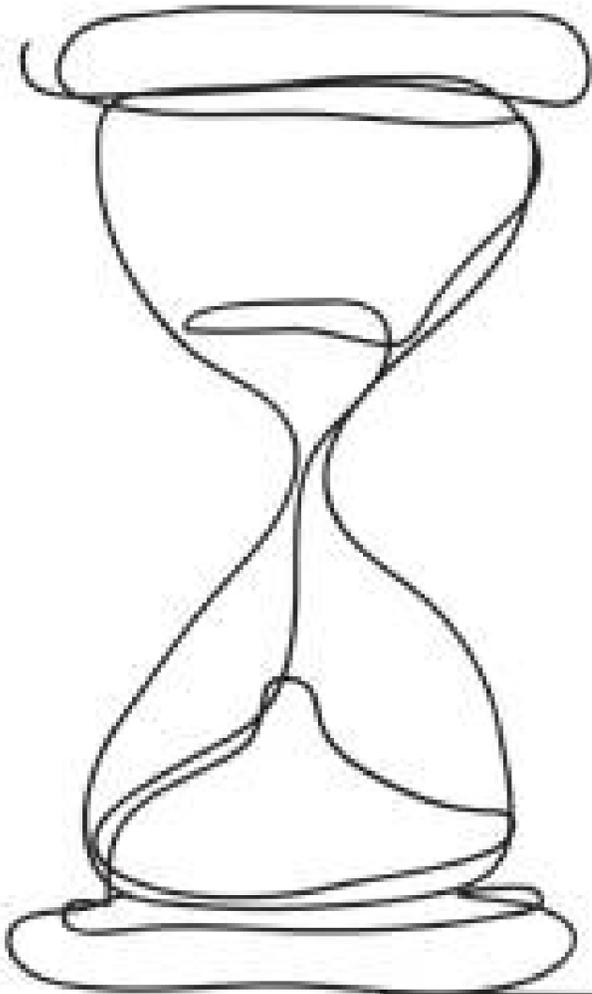


años y después la propiedad pasaría a ser mía, así que acepté”, confesaba muy feliz Ligia Culqui.

Y así, de esta manera, se suceden en este lugar comercios con más de cien años, con aquellos que llevan meses o incluso se acaban de estrenar, como en el caso del negocio de Dalma Rua. “Basta un poco de perspectiva y una pizca de humildad para darse cuenta de que tres décadas y media no son una gran cosa en la historia de la edición”, reconocen los socios de Txalaparta.

El reto de pertenecer a ese grupo de negocios denominado Los últimos en llegar no reside en aguantar la cantidad de años que han sobrevivido los más longevos, el desafío reside en comenzar. “Todavía queda mucho por hacer”, confiesa Rua, señalando la pantalla del ordenador que ha tenido que retirar del mostrador para poder ofrecer un pisco labis a sus invitados.

ÚLTIMOS COMERCIOS EN LLEGAR



01/2020 - B&G TATOO

10/2020 - GROW SHOP

05/2022 - SUPERMERCADO BM

03/2023 - LA BAJERA

07/2023 - MAITAGARRI

09/2023 - TXALAPARTA

11/2023 - TRANSFERENCIAS DE DINERO C/ MAYOR

Vive Pamplona-Iruña Bizzi, la aplicación que puede cambiar el futuro del pequeño comercio

La aplicación ya está disponible para descargar en Google Play y Apple Store y permite a los comerciantes del casco antiguo vender sus productos online

INÉS IBÁÑEZ. La Asociación de Comerciantes del Casco Antiguo de Pamplona presenta el 23 de noviembre en la Cámara de Comercio la aplicación Vive Pamplona-Iruña Bizzi que permite al pequeño comercio de la zona vender sus productos online, entre otros usos más.

La app consta de tres pilares que, según el presidente de la asociación Carlos Albillo: "permite llegar a un público que hoy en día ha cambiado, no solo en sus hábitos y costumbres, sino también en su manera de relacionarse".

El primer pilar ofrece la posibilidad a los comercios de exponer sus productos y que los compradores puedan comprar online o con recogida

en tienda. Otro aspecto que presenta la aplicación es el de la fidelización. Gracias a fondos tecnológicos cuenta con herramientas avanzadas que hasta hoy sólo estaban al alcance de las grandes empresas.

La fidelización se consigue a través de un código de barras con el que se accede a cupones. Éstos pueden ser descuentos, ofertas o regalos, tanto a nivel individual de los comercios como nivel zonal, es decir, "que nosotros haremos nuestras propias campañas de zona para todos los establecimientos y ellos contarán con un código para poder ofrecer a los clientes", explica Albillo.

El tercer pilar de Vive Pamplona-Iruña Bizzi es la incorporación de

una agenda completa de eventos y actividades en el centro de la ciudad. La asociación también está enseñando a los comerciantes mediante talleres el funcionamiento de la herramienta. Además, van a hacer un esfuerzo importante de comunicación, de lanzamiento, de spots en televisión, cuñas de radio, redes sociales..., para dar a conocer la aplicación e incentivar las descargas.

"Partimos de cero y nuestro objetivo es alcanzar en el menor tiempo posible las 4.000 o 5.000 descargas, aunque cuantas más descargas mejor. Sabemos que no es fácil competir en este mundo, pero creemos que puede suponer un cambio radical para el pequeño comercio", añade el gerente Carlos Albillo.

¡ACCEDE A LA APP!



APPLE



GOOGLE PLAY

LA

Del barro a las estrellas

IÑIGO LEIVA

Adriana Eransus Azpilicueta, gerente de AJE, es la impulsora de Labajera. Un lugar de encuentro para emprendedores, pero también el último proyecto de una persona que nunca se ha rendido.

Adriana Eransus Azpilicueta es la tercera mujer en la historia de esta ciudad que ha ganado el concurso del cartel de San Fermín. Lo consiguió en 2018 después de más de 130 años sin que ninguna artista en solitario obtuviera el premio.

Para ella, Pamplona debía recuperar su condición de “ciudad de luces”, en un contexto en el que solo se hablaba de la manada o del caso Alsasua.

La obra mostraba a la pareja de gigantes americanos, Braulia y Toko-Toko, bailando al puro estilo La La Land, en mitad de la Place du château, bajo un romántico manto de estrellas.

La imagen que se estaba dando de la ciudad era como de un “polvorín”, tal y como describe la pamplonesa.

Ganar este concurso fue un punto de inflexión para ella. Las luces que Eransus dibujaba en el firmamento pamplonés habían tenido y tendrían nombre y apellidos. Una especie de hadas madrinas que le iban a iluminar en los momentos más oscuros.

Tierra más agua

En 2012, Adriana era controller financiero en Gamesa Eólica cuando sufrió un ERE que le dejó en el paro. La joven no se lo pensó dos veces. Desde hacía tiempo fabricaba unos complementos femeninos por su cuenta: “Empecé a hacer diademas para la cabeza porque era lo que no había”. Una amiga suya, que se casaba, le propuso la idea: “¿Por qué no haces diademas y cosas para la cabeza?”. Fue una luz de estrella en la noche.

El diseño personalizado de sus obras fue un éxito, “lo que había aquí era o muy caro o era bastante disfraz”, analiza Eransus. El boca a boca cobraba cada vez más fuerza y le comenzaban a llegar encargos de tiendas referentes de toda Navarra. “Decidí emprender y monté un taller en mi casa”, recuerda con facilidad Adriana. El volumen de trabajo comenzó a crecer y enseguida se vio desbordada. Así que abrió un local homónimo en la calle Bergamín.

A nivel personal, el nuevo local rompía un difícil trayecto por el que estaba pasando la joven: “Fue un momento un poco duro porque a mi hermana le diagnosticaron cáncer, mi padre también estuvo mal y coincidió también con mi divorcio”. Pasaron los años: “Muchísimo

trabajo, muchísima experiencia, pero muchas situaciones que te desbordan y en las que ves lo difícil que es montar un negocio”, se sincera Eransus. Hasta que llegó la pandemia.

Pálpito de luz

El año de la pandemia, 2020, es especialmente duro para Adriana. Encerrada en casa, con un alquiler, con muchos gastos y sin ingresos la estabilidad de su comercio se estaba debilitando: “Perdí la esperanza porque las bodas en ese momento se habían paralizado”, recuerda Eransus.

Pero de nuevo, una estrella estaba dispuesta a iluminar a la joven emprendedora. “En abril, me mandaron un anuncio por un grupo de amigas que buscaban un perfil para un puesto –relata Adriana–, no ponía para dónde, no ponía para qué, pero tuve un pálpito”.

Adriana se presentó y resultó ser un puesto para gerente de la Asociación de Jóvenes Empresarios (AJE), así que envió un vídeo currículum con la fortuna de ser ella la seleccionada. La joven recuerda el día en que se presentó ante la directiva de la Confederación de Empresarios de Navarra, en la que se engloba AJE. Un auditorio exigente, copado por hombres de mediana edad. –¿Tú de dónde vienes? –le preguntaron.



B



– Del barro –dijo Adriana–. Sé lo que es montar algo desde cero.

Barro

La gerente de AJE rememora la dureza de los dos primeros meses de esta etapa en los que la asociación se enfrentaba a cambios en el organigrama: “La pandemia fue un tsunami para todas las personas y empresas a nivel laboral y personal”. Hubo varios cambios que, enfocados correctamente, se pueden traducir en una plantilla oxigenada y con energía. Lamentablemente, en su vida íntima, Adriana perdió a su hermana: “Decidí cerrar la tienda”.

El cielo tenía una nueva estrella y entre los nubarrones que envolvieron a Adriana volvían a aparecer tres personas de luz para devolverle su brillo. “Me cogieron las llaves de la tienda en el Tanatorio y montaron un mercadillo con todo lo que había allí”, relata una sonriente Adriana. Según Eransus, en dos días lo tenían todo vendido y gracias al dinero recaudado fue capaz de hacer frente a las pérdidas que se habían generado durante los inicios de la pandemia.

Con ganas de saborear la Luna “Enterrar mi negocio me había dolido tanto como enterrar a mi hermana –confiesa Adriana–. Es como un hijo al que has dado a luz”.

Se le juntaron dos pérdidas en muy poco tiempo. En ese momento, una estrella volvió a

lucir fuerte junto a Adriana. Fue una compañera quien le ayudó con la gerencia de la asociación: “Eran unas 100 empresas asociadas y no tenía ni idea del mundo empresarial”, dice Adriana.

“Con toda la experiencia que teníamos, con toda la gente de la que nos estábamos rodeando en reuniones y encuentros, con toda la necesidad que veíamos en el día a día –recuerda Adriana–, una noche –9 de abril del 21–, todos los astros se alinearon y se me ocurrió el proyecto Labajera. Para la gerente, Labajera es como ese cuento infantil en el que los animales quieren probar a qué sabe la luna.

Varios ejemplares de diferentes especies se empiezan a organizar y la luna se ríe porque no lo consiguen. Al final, el ratón que está en la cima consigue llegar y probarla. “Podemos conseguir los sueños más difíciles, incluso cumplir aquellos deseos que a primera vista parecen inalcanzables”, concluye Eransus.

La estrella de Adriana

Adriana recuerda a su hermana y le atribuye la siembra de este proyecto en su mente: “Creo que está detrás de esta idea y que me inspiró mucho”. Nos cuenta Adriana que después de hacer Derecho, su hermana se puso a estudiar la carrera de historia en

la UNED.

Adriana revive cómo su hermana le hablaba de Grecia, de Roma, de esas culturas que han perdurado con su legado (democracia, arquitectura, lenguaje). “Montó un pequeño espacio cuando acabó la carrera –se enorgullece Eransus–, ella fue la primera mujer empresaria que conocí”.

Asomada en el balcón de la sede, Adriana muestra un cuadro de la Mona Lisa rotulado. Sin duda, es un símbolo del renacimiento, una imagen que significa, por encima de todo, renovación. Desde ahí arriba recuerda lo bajo que está el suelo, sí. Pero Adriana ahora vuelve a brillar, igual que brillan las estrellas de su cartel, esos luceros brillantes que hacen de Pamplona una ciudad de luces. De ese modo, desde Labajera, Adriana y su equipo buscan iluminar a otras muchas emprendedoras que se han quedado en el barro.

LABAJERA

KATAKRAK

IÑIGO ZABALZA

Comenzar un proyecto siempre es difícil, ya que un pequeño detalle puede echarlo todo a perder. Aun así, cuando hay esfuerzo y dedicación, el proyecto sale adelante y ya no existen contratiempos capaces de tumbarlo. ‘Katakarak Liburuak’ celebra el 10º aniversario en el número 54 de la Calle Mayor de Pamplona, y sigue creciendo y contando con el apoyo de los clientes. ‘Katakarak’ comenzó siendo una tienda de libros con otro nombre: ‘La Hormiga Atómica Liburuak’, creada en 2007 en la calle Curia. Empezó a tener éxito y a ser conocida por Pamplona. Además de vender libros, se realizaban también actividades en una sala de reuniones con personajes sociales. También disponían de una cafetería. Después de seis años, la librería notaba su crecimiento y había charlas en las que el público no cabía. El espacio del local se quedaba pequeño, y, además, existía en ese momento una subida de alquiler que no se podía soportar. Por tanto, el 31 de diciembre de 2013, después de buscar durante un año, los cooperativistas decidieron abrir un nuevo edificio con un espacio tres veces mayor y se bautizó como “Katakarak”.

Maitane Unzu es trabajadora de la cooperativa “Katakarak” desde que se inauguró, y es una de las 16 personas que trabajan allí hoy en día: 10 cooperativistas y 6 trabajadores en hostelería. “Cuando se abrió esta nueva cooperativa, una

o dos personas se bajaron del tren, pero entramos muchas más. Con un local tan grande, se necesitan más trabajadores, y nosotros estuvimos comprometidos desde que éramos clientes de ‘La Hormiga Atómica’. Siempre ha habido puestos que no son fijos, como los seis de la hostelería. Nosotros les hacemos un contrato hasta que deciden dar el paso o no comprometerse”, explica Unzu. La estructura jurídica pasó a ser una cooperativa. Es decir, que no hay ningún cargo autoritario que controle la empresa. “Esta es una empresa sin ánimo de lucro, todos cobramos igual y nos escuchamos unos a otros. Además, otra de las características que tenemos es que tomamos decisiones por consenso, no hay votaciones. Es una buena manera para fomentar la igualdad”, cuenta la cooperativista.

Cuando decidieron trasladarse de la calle Curia a la calle Mayor, los cooperativistas abordaron también un cambio en el nombre del local. En aquel momento, en la ciudad no existían lugares para que las asociaciones se pudieran agrupar y poder hacer asambleas. Esa es otra de las razones que motivaron a los integrantes a hacerse con el local. “En Pamplona hay una necesidad muy fuerte de tener espacios colectivos y comunitarios propios. Eso es lo que pone el motor a que se apueste por un espacio tan grande y a que, sobre todo, se apueste por la compra del local para poder acceder así a un

lugar propio y sin obstáculos”, recuerda la trabajadora.

En estos diez años, la situación más crítica con el tema del dinero surgió al comprar el local. Entre el edificio y algunas obras obligatorias, como el montacargas o la escalera de incendios, sumaron alrededor de 1.5 millones de euros. Además, las obras también se atrasaban y hacían que el proceso pareciera interminable. Por eso, debían establecer métodos para poder pagar todo lo antes posible. “La mitad se financió mediante la banca ética, que en aquel momento era Triodos. La mayoría de la otra mitad se consiguió gracias a préstamos individuales de gente que ya tenía buena relación con ‘La Hormiga Atómica’ y que confiaba en el proyecto. Eso es lo que lo potenció”, apunta Maitane. También se debía hacer otra operación en el tercer piso: la sala de actos. Para ello, la trabajadora cuenta que escogieron la estrategia del ‘crowdfunding’: “Es una sala esencial para poder traer a gente de Euskal Herria/Iruña y poder reunirse o hacer actos. Es verdad que la gente, al principio, alertaba y ponía muchos miedos sobre la mesa diciendo que el proyecto no iba a ser viable y que la estrategia del ‘crowdfunding’ era demasiado ambiciosa. Sin embargo, en ese momento ‘Katakarak’ tenía una red muy grande de trabajo, y gracias a eso, la operación fue un éxito rotundo”.

La cafetería también obtuvo

A KRAK

10 AÑOS EN LA CALLE MAYOR

mejoras respecto a sus posibilidades. Hoy en día tiene el nombre de 'Cantina'. Se cambió de nombre porque ahora hay comidas y cenas. Los productos son ecológicos y proceden de productos locales. Maitane y sus compañeros coinciden en que la Cantina es una parte esencial del proyecto: "Somos una cooperativa social, es muy importante para nosotros que este también sea un lugar para estar y para conversar. También hacemos pequeños coloquios donde ideamos más proyectos para la librería". Por eso, el corazón de 'Katakarak' es la socialización, el compartir temas variados. Desde que se abrió el local, los libros que lo componen han sido escogidos con ojo. "Es una librería de fondo. Aquí hay mucha lectura de la imprescindible, no es de la que hay novedad. Elegimos cada libro que está aquí, no tenemos relaciones con los comerciales que quieren colocarnos los libros que les interesan con la publicidad que está en cada

momento. Salimos de esa parte comercial-consumista para que esta sea una librería de temas sociales donde conviva el ensayo con la narrativa. Las revistas, por ejemplo, han sido una apuesta de siempre, ya que tienen un contenido político-social que interesa a los clientes, afirma Unzu. Y con el paso de los años, ha adquirido mucha importancia la parte infantil, donde la novela gráfica ha cogido mucha fuerza.

'Katakarak' no solo vende libros, sino que tiene cosecha propia. El 1 de diciembre de 2016 comenzó a lanzar libros inaugurando así su propia editorial. Tiene dos ramas: la de euskera y la de castellano. Se empezaron traduciendo ensayos, sobre todo al castellano, aunque en euskera también había narrativas. Se hacía sobre temas social y políticamente imprescindibles del momento que se vivía. "Ahora mismo, el feminismo tiene mucho peso, por ejemplo, y el tema de las viviendas también. Vamos moviéndonos

con la actualidad", aclara Unzu. Ella y los miembros de 'Katakarak' están satisfechos con el éxito que ha tenido y está teniendo la editorial: "Es un negocio que cuesta mucho arrancar porque necesita mucha inversión al principio. Todo son gastos hasta que por fin empieza a revertir. Y ahora, todos estamos de acuerdo con que este proyecto es una pata impenable. No podíamos no tener una editorial teniendo semejante librería y contando con gente que escribe y edita de maravilla. Fue difícil al principio, pero sabíamos que teníamos muchos ingredientes que nos favorecen, y éramos conscientes de que la puesta de 'Katakarak' era traer textos sociales y políticos de actualidad a Euskal Herria".

Otra pata imprescindible de 'Katakarak' son las distintas actividades sociales que se realizan. Todas las semanas un autor presenta un nuevo libro y conversa con la audiencia sobre los temas actuales

que toca. También se hacen, aunque menos a menudo, los grupos de lectura. Además, en 2017 se incorporaron grupos más: lectura en catalán y lectura feminista. "Una parte de esta actividad ha sido llevada por los miembros de la asamblea de 'Katakarak', pero con el tiempo, otra gente ha ido tomando la iniciativa y lleva ahora varios grupos de lectura. Es otra los objetivos que hemos cumplido como colectivo social.", comenta Maitane.

La Pandemia: un antes y un después

La pandemia, como dice Maitane, fue sin duda un punto de inflexión para la librería 'Katakarak'. Durante la cuarentena, no fue fácil llevar ese sentimiento esperanzador que tanto caracteriza a los integrantes de esta librería. "Los que no eran cooperativistas se salieron todos, y nosotros

¡ZORIONAK KATAKRAK!



tuvimos que reducir los sueldos al mínimo. Entramos en ERTE y pusimos solo la cafetería en funcionamiento con muy poco personal para poder sobrevivir - recuerda la cooperativista-. Hubo momentos en los que yo no sabía cuánto más podría aguantar esa situación. Tenía muy pocos ánimos”.

Sin embargo, después de la tormenta llega la calma, y la esperanza vuelve. Si en los momentos duros la cooperativa resiste, luego pasan cosas que Maitane califica como alucinantes: “Por ejemplo, para el aniversario hemos sacado un disco en el que un montón de grupos conocidos en Euskal Herria se han prestado a crear una canción relacionada con algún libro de la editorial. Se ha grabado todo en la sala de arriba con mucha

gente voluntaria y ha sido un momento mágico. Es un proyecto que, ya te digo, durante la pandemia era inimaginable”.

En cuanto a la financiación, el ‘crowdfunding’ desapareció después de servir de gran utilidad durante los comienzos del local, pero, después de la pandemia, surgió una campaña de ‘socixs’. Ahí, es posible aportar a la librería de distintas maneras. “Puedes aportar económicamente con pagos puntuales, mensuales o anuales, pero también se da la oportunidad hacer turnos voluntarios en fiestas de San Fermín o en eventos que se organizan para echar una mano. Este método nos está ayudando bastante a afrontar los gastos de ahora”, señala la integrante de ‘Katakarak’. En 2022 crearon una

vinoteca, pero siguiendo los valores en los que se centra la cafetería del local: con productos ecológicos y de cercanía, cuidando el pequeño comercio y sin machacar la tierra con hiperproducciones. “Salir de todo lo comercial. Por ejemplo, no tenemos Coca-Cola ni Kas. Son decisiones activas políticas puestas en prácticas”, señala Unzu. También apunta que toda la bodega es ecológica: “Ahora estamos asociados con ‘Biba ardoak’, una cooperativa que coordina proyectos bodegueros con viñedos pequeños, y nosotros estamos muy unidos”. Desde año existe también una nueva actividad que es el centro de estudios ‘Katakarak’, que organiza cursos en red con otras librerías políticas y sociales. “También nos relacionamos con estas cooperativas en red para poder

traer a gente importante que requiere bastante esfuerzo económico y de tiempo-afirma la trabajadora-, este proyecto todavía está en crecimiento, pero poco a poco va acudiendo más gente”.

La pandemia no ha podido impedir que la librería celebre su décimo cumpleaños, y Maitane y sus compañeros están más ilusionados que nunca: “Queremos dar las gracias a todos los que nos han apoyado económica y moralmente, ahora estamos muy consolidados como cooperativa y estamos cogiendo fuerza. Somos una familia y contamos el uno con el otro, y eso nos motiva a seguir esforzándonos para que, algún día, ‘Katakarak’ sea la mejor librería de Euskal Herria”.

LA ODISEA DE INSTALAR UN ASCENSOR

“DESDE QUE INICIAMOS EL PROYECTO HAN FALLECIDO CUATRO VECINOS SIN PODER DISFRUTAR DE ESE ASCENSOR QUE, SIN DUDA, LES HUBIERA FACILITADO LA VIDA”,

denuncia Maripaz Sola en un cartel que cuelga del portal de su casa, Eslava 7, que hace esquina con Beunza Luz, la tienda de lámparas del número 34 de la calle Mayor. Durante estos 10 años de lucha por poner algo que para la inmensa mayoría pasa desapercibido, los vecinos de Eslava 7 han sentido “morir en el intento”.

Esta es la realidad que viven muchos vecinos, quienes tras formar el hogar que ha visto crecer a sus hijos, se resisten a irse de su calle pese a las condiciones que, en pleno siglo XXI, convierten las casas de una de las calles más emblemáticas de lo viejo en inhabitables: “En lo viejo te encuentras auténticas cuevas”, asegura Fermín Jiménez, vecino del portal 6. Maripaz Sola, que lleva 23 años residiendo aquí, no habla de “cuevas”, sino de “ratoneras” para referirse a muchos de los edificios que van desde la Iglesia de San Lorenzo hasta la Iglesia de San Saturnino. “Las casas en lo viejo son en su mayoría de madera y siempre se están moviendo—explica Fermín Jiménez—no implica riesgo de derrumbe, pero sí necesitan más mantenimiento que una casa normal”.

33 portales carecen todavía de un ascensor

De los 89 portales que conviven entre dichas iglesias, tres palacios y un sinfín de comercios —algunos centenarios; otros, recién llegados— 33 carecen todavía de un ascensor que facilite la vida a sus ciudadanos. Actualmente solo 3 edificios cuentan los días para disfrutar de un elevador: el portal número 4, junto a la Droguería Ardanaz, en el que ya han comenzado las obras; el 39, donde lo van a poner “dentro de poco”, cuenta uno de sus vecinos desde el telefonillo mientras justifica que “es muy caro poner ascensor”; y por último Eslava 7, que para comienzos del próximo año esperan poder hacer realidad la victoria ganada tras una batalla que estalló hace ya 10 años contra el local de su bajera,

DE LOS 13 AÑOS QUE MARIPAZ SOLA LLEVA PRESIDENDO SU COMUNIDAD DE VECINOS, DIEZ SE LOS HA PASADO LUCHANDO PARA PONER UN ASCENSOR EN SU EDIFICIO, ESLAVA NÚMERO 7. Y, COMO MARIPAZ, OTROS MUCHOS VECINOS DE LA CALLE MAYOR DE PAMPLONA

MARÍA ALMOGUERA-
"Beunza Luz".

Actualmente cuelgan de la puerta de Eslava 7 las palabras que reflejan la desesperación e impotencia de sus vecinos para instalar ascensor en su inmueble. Bajo el título "Cómo conseguir poner un ascensor en el casco viejo y no morir en el intento", la presidenta de la comunidad de vecinos, Maripaz Sola, denuncia "todo tipo de trabas y problemas por parte del local", así como "la lentitud en la toma de decisiones de la Oficina de Rehabilitación de Viviendas". Cuenta Fermín Jiménez del número 6, que ya pasó por esto hace 20 años, que el proceso de implantar ascensor en un edificio de la calle Mayor es de todo menos rápido y sencillo.

Son muchos pasos los que hay que dar. Muchas, las personas implicadas: desde los locales y comerciantes de las bajeras hasta el último vecino del edificio. Muchos, los intereses personales y económicos. Muchos trámites ajenos a la calle, como los de construcción o los de la Oficina de Rehabilitación del ayuntamiento.

Fermín Jiménez explica el tedioso procedimiento que les supuso la obra una vez todos los vecinos se pusieron de acuerdo: "Primero hay que hablar con un aparejador para ver si se puede poner el ascensor. El arquitecto diseña un proyecto que se presenta al ayuntamiento, y la Oficina de Rehabilitación evalúa la viabilidad de la obra. Esta depende de cómo esté montada la casa. Rehabilitación inspecciona el edificio para dar subvenciones—Mercedes Morales, vecina del portal 66, cuenta que "la calle Mayor tiene más subvenciones que otras porque es camino de Santiago"—. Las condiciones se meten en el proyecto y se hace un presupuesto", concluye.

La reforma completa del edificio incluyendo tejado y fachada, junto con la instalación del ascensor, les costó a los vecinos

del número 6 de la calle Mayor alrededor de 900 mil euros. Hoy tienen la puerta llena de grafitis que "ni nos molestamos en borrar", confiesa Fermín.

El acuerdo entre vecinos es el primer paso para poner en marcha el proyecto; pero, en ocasiones, las diferencias de intereses entre ellos han convertido el inicio del trayecto en el punto y final; y la posibilidad de un ascensor, en un sueño inalcanzable. Cuenta Fermín Jiménez que al principio no fue la negativa de las bajeras la que impedía la instalación del ascensor, sino los propios vecinos. Explica que, de los 15 convivientes del edificio, los 4 del primero se oponían.

Eran—hoy ya no viven— personas mayores que él, que hasta que no se vieron necesitados, no accedieron a poner ascensor:

"La gente mayor tiene miedo a los cambios. Les gusta la vida con los menores problemas posibles", asegura

Fermín, que hoy sigue subiendo al tercero por las escaleras, fue el promotor del ascensor "pensando a futuro", confiesa. "La gente mayor —prosigue—no tiene esa mentalidad, no piensan en vender; además, la obra que supone meter ascensor a una casa con las estructuras de madera, les asustaba", concluye.

No obstante, el desacuerdo entre vecinos no impidió que en el edificio de Rosario —antigua residente de la calle—se pusiera ascensor: de 24 residentes, tan solo 8 pagaron la obra en un principio: "Cuando ya estaba puesto y vieron que era una obra buena, entonces empezaron a pagar". Cuenta Rosario, apoyada en su andador, que negaban el uso del ascensor a un vecino que se resistía a pagar "teniendo

dinero", resalta:

"Nos llamaba inhumanos".

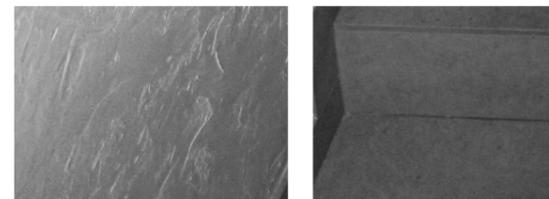
Mientras, en el portal número 23 en el que viven Pedro y Luisa desde siempre, junto a Deportes Zariquiegui, "hubo una reunión de vecinos hace poco y nadie dijo absolutamente nada, ni más del ascensor", expresa Luisa con cierto tono de reproche y enfado. El veterano matrimonio, que vive en el primero desde el año 1978, asegura haber estado "siempre a favor de todo y dispuestos a todo".

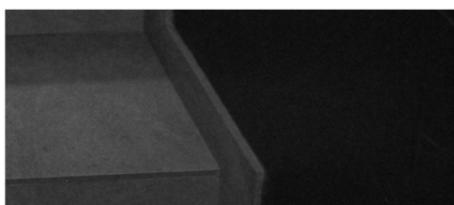
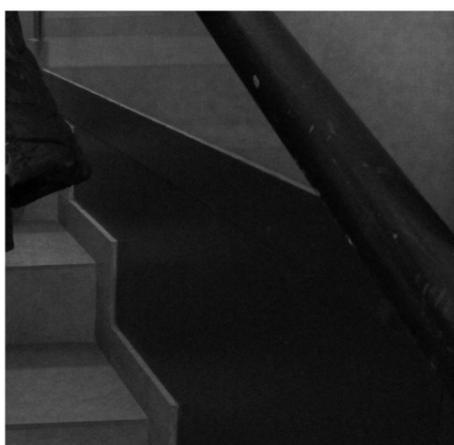
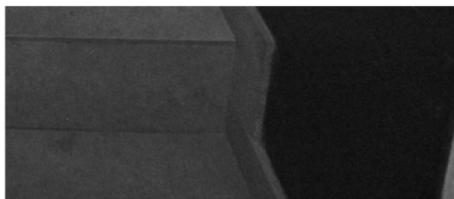
"Yo de aquí no me muevo"

Todavía pueden subir la escalera hasta su casa, pero el día que dejen de poder, Luisa no contempla la idea de mudarse: "Yo de aquí no me muevo", asegura con firmeza pese a suspirar a la hora de preguntarle por un ascensor: "Ay, ¡qué más quisiéramos...!". Sostiene Pedro, su marido, que "el ascensor interesa siempre, seas mayor o no. Es mucho reclamo". Explica además que obtendrían subvenciones: "No se trata de pagar, se trata de que haya una ley que obligue a ceder el trozo que sea conveniente", dice refiriéndose a los comercios, que la mayor parte de las veces son los que impiden a los vecinos disfrutar de algo tan necesario como es un ascensor.

Los comerciantes entienden que "todas las casas tienen que tener comodidades", como asegura Patxi Zariquiegui, dueño de Deportes Zariquiegui; pero considera que la comodidad del vecino no puede repercutir en el comerciante: "Yo tengo que pagar el ascensor del vecino, ceder un trozo de mi bajera, colaborar con él, pagar un porcentaje; ¿y él no tiene que pagar mi fachada?".

Los dueños de Joxenea, de alimentos ecológicos, argumentan que un ascensor en el portal de al lado, el número 25, les dejaría sin entrada a la tienda:





“¿Por dónde pasa entonces la gente?” responde para explicar por qué no estarían dispuestos a ceder “un trozo que no tienen” a los vecinos del 25.

Mercedes Morales veterana de la calle desde hace 50 años, vive en el portal 66 y es otra víctima más: “Tocamos con unos impertinentes de abajo”, comparte con cierto miedo a hablar de más. La ya desaparecida mercería La fama, se negaba a cederles el hueco que necesitaban. El portal 66 tuvo lo que no tuvieron ni Fermín Jiménez ni Rosario al principio, y lo que tampoco tienen ahora Pedro y Luisa: el acuerdo entre vecinos, el primer paso. La fama se marchó, pero los nuevos inquilinos de su bajera “no quieren oír nada de ascensores porque hay que hacer obra y quitarles un trozo que realmente nos pertenece a nosotros, pero del que la mercería se apoderó en su día”, relata Mercedes sobre una bodega que ahora está en manos de los nuevos y de la que tendrían que prescindir.

Pero, de todas las realidades, sin duda la más dura e interminable la han vivido los vecinos del número 7 de la calle Eslava, cuyo edificio hace esquina con la calle Mayor. “No puede ser que en pleno siglo XXI no se pueda instalar un ascensor, que los trámites para lograrlos sean tan largos y que no se tenga en cuenta en ningún momento a las personas, sobre todo a nuestros mayores”, sentencia Maripaz Sola, quien confiesa entre risas querer abandonar el cargo de presidenta que carga a sus espaldas desde hace más de 13 años: “Cuando por fin lo ponga—dice refiriéndose al ascensor—, me voy. Dejo la presidencia”, comparte con cierto tono bromista.

A lo largo de estos 10 años de batalla ha tenido que decir adiós a unos cuantos vecinos que se quedaron sin poder usarlo: A José Luis. A Teresa, que pasó sus dos últimos años sin salir de casa. A Santos, que llegar al 2º con un cáncer de pulmón se le hacía imposible. O a Ángel, fallecido el pasado 13 de mayo y cuyos hijos tuvieron que llevarlo a otra casa con ascensor para que pudiera disfrutar de la luz del sol en sus últimos días. Hoy resiste un señor que no tiene piernas y

una señora impedida a la que, cada día, alguno de sus 5 hijos la bajan en brazos por la mañana y por la tarde a tomarse el vermut. “Nunca dieron razones de peso—denuncia Maripaz desde su puesto de quesos y embutidos “Gazteleku” en el Mercado de Santo Domingo—, no les ha interesado para nada, pero nosotros lo hemos hecho de tal manera que a ellos les perjudicara lo menos posible”, explica. Quienes se van a ver más afectados con la obra van a ser los propios vecinos de Eslava 7 que, además de tener que dejar sus casas durante 3 meses por las obras, van a perder espacio en sus cocinas.

“Hemos tenido que hacer las cosas a malas”, comparte la presidenta de la comunidad: “A mí me han llevado a juicio, al administrador también”, cuenta. Si Beunza Luz les cedía un trozo, estaban dispuestos a eximirlos de pagar todo: “Y eso que la tienda es enorme”, prosigue Maripaz. “Los dueños de la tienda tendrán su ascensor y si se les estropea, les jorobará. Es ponerse en la piel del otro”, denuncia. Por ley sabían que iban a ganar, pero “todo podría haber sido más fácil”, recrimina la presidenta, que cruza los dedos para que “por lo menos me duren las que me quedan y lleguen a ver ese ascensor”. Los dueños de Beunza Luz no quieren hablar del tema cuando se les pregunta.

Cuando no hay un acercamiento o arreglo se acude a la expropiación, como hizo Maripaz Sola, promovida por la Oficina de Rehabilitación del Ayuntamiento. “La ley está de tu mano: tenemos derecho a poner ascensor (eliminación de barreras arquitectónicas), pero que luego se cumpla o vaya rápido es otra cosa. Hay trámites que tienen que pasar por el pleno del Ayuntamiento para después salir en el Boletín Oficial. Todo es tiempo”, lamenta.

"El mejor regalo de navidad"

Algo que para la inmensa mayoría de la gente entra dentro de lo normal, de lo más ordinario como es un ascensor, que hasta se permite pasar desapercibido, para los residentes de Eslava 7 se va a convertir en el mejor regalo de navidad. Tras 10 años de incesante lucha, el nuevo año les traerá por fin un ascensor a los vecinos de este edificio.

ESPACIOS EN LA SOMBRA

La calle Mayor se divide en cuatro manzanas. En todas ellas, hace casi treinta años, se crearon patios en el interior. La más grande e importante, es la comprendida entre la calle Mayor, Hilarion Eslava y Jarauta. Y allí, en el interior de esa manzana, se encuentra la plaza Santa Ana. Un lugar con mucho potencial, pero sin ayuda para cambiar.

AITOR ÁLVAREZ-EULATE

En Pamplona se encuentran decenas de patios interiores en las calles, y una serie de ellos están escondidos en las cuatro manzanas de la calle Mayor. Y es en estos lugares, donde te das cuenta de lo mucho que pueden esconder los alrededores de una calle.

Para poder ver la historia que estos tienen, debemos remontarnos hasta 1882, y ahí encontramos un plano de la ciudad de Pamplona. Allí, con una pequeña entrada desde la calle Jarauta, vemos que se abre un pequeño espacio. Se trata del primer patio de la manzana, conocido como la plaza de Santa Ana.

A partir de ahí, tras varios años, un 13 de

noviembre de 1994, en una noticia del Diario de Navarra aparece la siguiente frase: “Liberar espacios interiores para su aprovechamiento posterior es el objetivo del proyecto que el Ayuntamiento de Pamplona va a llevar a cabo en la manzana conformada por las calles Mayor, Eslava y San Francisco”. Es decir, se comenzaron a abrir espacios interiores como el que llevaba décadas existiendo.

El primer patio que se llevó a cabo, fue el que se encuentra justo detrás de la Oficina de Rehabilitación de la Vivienda Urbana en la calle Eslava, el cual actualmente está vacío y cerrado al público. Este fue el comienzo de una serie de obras por toda la manzana.

Otra frase de la misma noticia, anuncia que “la memoria del proyecto reconoce que esta actuación

será la «punta de lanza» que activará actuaciones similares dentro de los patios de manzana del Casco Viejo de Pamplona”. Alrededor de la calle Mayor, se abrieron ocho patios interiores, sin contar los extremadamente pequeños que, aunque fueron abiertos por la misma razón que los grandes, no se les da gran importancia.

Y así fue, ahora mismo nos encontramos con un patio gigante en la manzana que no se ha utilizado y que día a día envejece, perdiendo su antiguo encanto. Este espacio no destaca por su belleza, sino más bien por su realidad desaprovechada que lo ha dejado envejecer y perder su atractivo.

Aunque el patio de la calle Mayor está abierto a visitantes, otros siete patios en la manzana permanecen cerrados al público, cada uno

envejeciendo a su manera. A pesar de no destacar por su aspecto, estos espacios olvidados contribuyen a la historia del área, revelando un punto menos conocido, pero importante.

Justo detrás de la Oficina de Rehabilitación Urbana del Ayuntamiento de Pamplona yace otro patio de considerables dimensiones. Aunque su tamaño podría impresionar, las puertas permanecen cerradas al público, dejando que el lugar envejezca sin que nadie lo note. En 1994, se anunció la construcción de este patio, una fecha que marca el inicio de su descuido.

Pero... ¿Y por qué se decidió abrir patios? Alberto Calvo Azagra, director de la Oficina de Rehabilitación de la Vivienda Urbana del

Ayuntamiento de Pamplona, resuelve todas las dudas. “Los patios se crearon, principalmente, para mejorar la habitabilidad de las viviendas, para que entrase más aire y más luz a las casas”. Antes, las viviendas de la manzana solo tenían ventana hacia un lugar, hacia la estrecha calle, lo que hacía muy difícil el poder habitar en esas casas. Por ello, con la eliminación de varios edificios, se crearon patios interiores. De esta forma, los vecinos respiraban más aire, y sus casas se llenaban de mucha más luz natural.

Desde la calle Mayor no es posible acceder a ninguno de estos patios. Para entrar en el más importante, el de Santa Ana, debemos





entrar por la calle Jarauta, y allí nos encontraremos dos entradas. Una, más cercana a la calle Mayor, conduce directamente al huerto urbano de Pellejerías, mientras que la otra, se sitúa en mitad de Jarauta.

La entrada a este patio está limitada por un horario. A partir de las diez de la noche y hasta las ocho de la mañana, se cierra. Aunque los vecinos llevan meses de quejas, ya que el cierre no se cumple y el ruido de los botellones molesta a los vecinos de la plaza.

Junto al huerto, en la plaza, también se encuentra un solitario y silencioso parque. En el patio, rara vez se escuchan voces más allá de las del viento. Un espacio con tanto potencial, en mitad del Casco Viejo de una ciudad histórica como Pamplona, muere poco a poco.

Para saber la opinión que se tiene acerca de los patios, hemos hablado con Paqui Etayo, dueña del comercio Ferrán. Ella, con tristeza, afirma que la plaza necesita vida, ya que está muy deteriorada. Y también confirma que se realizan reuniones de vecinos para crear algo, pero nadie se hace cargo, y nadie se mueve por ello.

El deseo de Paqui Etayo en cuanto a la reconstrucción de la plaza, pasa, primero, por hacer un parque en condiciones. Un parque donde estés agusto dejando a tu hijo pequeño jugando y donde puedan estar las

personas mayores. Ella lo tiene muy claro: “Espacio hay, ganas, pocas o ninguna”. Con las opiniones de Paqui, parecería que el ayuntamiento nunca se ha preocupado en mejorar la plaza. La realidad es que un documento titulado “Proyectos de intervención global en el Casco Antiguo de Pamplona”, cuenta punto por punto, el cómo se haría una mejora de la plaza.

Este proyecto data del año 2001, pero la aprobación en el ayuntamiento fue el 19 de octubre de 2007, y la del gobierno de Navarra el 22 de abril de 2009, muy lejos de la creación del documento. En una de las diapositivas, se enumeraron varios problemas con los que contaba la plaza Santa Ana. Una pérdida en la actividad comercial, una excesiva especialización fiesta / ocio, la edificación es de baja calidad y está muy deteriorada, e incluso los edificios de calidad están muy mal cuidados.

También ha empeorado el uso de Plaza Santa Ana, hay una escasez de aparcamientos, no existen dotaciones de ocio para mayores y niños, y por último, hay graves problemas de marginalidad y de exclusión social. Bastantes problemas para una simple plaza que no se utiliza.

El proyecto, con una financiación de 1.300.000€ y con 4.200 metros cuadrados para trabajar, también pretendía cambiar el pavimento de la plaza, colocar zonas ajardinadas

en los laterales, una serie de muros bajos para separar el patio público de las zonas privadas de los pisos bajos, verjas para cerrar accesos, una zona de juegos infantiles y un parking subterráneo con su propia galería comercial. Pero la realidad es que lo único que se consiguió fue derribar un pequeño muro que separaba el rincón de Pellejerías y la plaza de Santa Ana en 2017. Contando además con la creación del huerto urbano.

Finalmente, este 16 de noviembre de 2023, el ayuntamiento de Pamplona anunció que ya se le ha dado el visto bueno a la propuesta de modificación del planeamiento urbanístico de la Plaza de Santa Ana y su entorno. Esta nueva propuesta, elimina por completo el posible aparcamiento y galería comercial que se detallaba en el anterior proyecto urbanístico. Pero esto mismo ocurrió en 2007 y 2009, los proyectos se aprobaron, pero no se llevaron a cabo.

De todas maneras, la plaza sigue envejeciendo con el duro paso del tiempo. Un espacio tan grande, donde se podrían crear múltiples comercios, parques, un parking, etc, y con tantos vecinos que desean y trabajan para que el ayuntamiento haga algo de una vez por todas.

Ahora, con el anuncio del ayuntamiento de la aprobación de la nueva propuesta, será cuestión de trabajo y ganas, el que este patio, y todos los que

componen los alrededores de la calle Mayor, logre cambiar el rumbo, no solo de la plaza, sino también de la calle.





Guiada Noschese

En el corazón de Pamplona, el Civivox Condestable, gestionado por la subcontrata Sedena, destaca como un palacio cultural lleno de historia y vitalidad. A través de una conversación con Ángel Macías, encargado de la gestión del edificio, exploramos cómo este antiguo palacio del siglo XVI se ha transformado en un epicentro cultural en el siglo XXI. La experiencia previa del entrevistado en el Civivox San Jorge aporta una valiosa perspectiva para comprender la gestión y el funcionamiento interno de este espacio cultural.

EJEMPLAR DE ARQUITECTURA CIVIL

El edificio, construido entre 1548 y 1562 como residencia renacentista por Luis de Beaumont, IV Conde de Lerín, tiene una historia rica. Después de servir como residencia oficial de los obispos y temporalmente como sede del Ayuntamiento, experimentó reformas significativas a finales del siglo XIX y principios del XX bajo la propiedad de Juan Seminario.

En el siglo XX, estuvo en manos de la familia Górriz y albergó entidades privadas. Destaca como un ejemplar de arquitectura civil del siglo XVI en Pamplona.

El Ayuntamiento adquirió el edificio en 2000, y bajo la dirección de los arquitectos Fernando Tabuenca y Jesús Leache, se habilitó como centro cívico, abriendo al público en 2008. Desde 1997, forma parte de la Red Civivox, siendo un

Entre la cultura y el renacimiento: el Civiox Condestable

Análisis detallado de su influencia regenerativa para la comunidad y su contribución a un futuro Mayor

espacio cultural y social para la comunidad de Pamplona. Además, cuenta con la declaración de Bien de Interés Cultural como Monumento desde ese mismo año.

ESCENARIO MULTIFACÉTICO

"En el Civiox, la diversidad de espacios y usos es una característica distintiva. Desde el salón de actos hasta las salas de conferencias, talleres dedicados a la expresión plástica y artística, y aulas polivalentes destinadas a reuniones, cursos o charlas, el palacio se presenta como un escenario multifacético capaz de adaptarse a una amplia variedad de artes", añadió Ángel.

Estos usos están estructurados en dos modalidades: sesiones permanentes y sesiones puntuales. Las sesiones permanentes siguen el ritmo de un curso escolar, extendiéndose de octubre a junio. Estas sesiones abarcan desde actividades regulares hasta cursos que se desarrollan a lo largo de todo el periodo, brindando continuidad y estructura a la programación.

Por otro lado, las sesiones puntuales ofrecen oportunidades a entidades sin ánimo de lucro para utilizar los espacios del palacio. Para acceder a estos, las asociaciones deben presentar los estatutos, el acta de constitución registrada en el Ayuntamiento de Pamplona, el CIF y detalles sobre la actividad que llevarán a cabo. Este enfoque garantiza que las instalaciones estén disponibles para

organizaciones que contribuyen al bienestar de la comunidad.

Ángel destaca un ejemplo concreto de esta dinámica, la participación de asociaciones locales que utilizan el palacio para diversas actividades, desde grupos de encajeras compartiendo su arte hasta coros llenando las salas. Además, eventos como el programa de danza y proyección "Cinética", charlas, proyecciones y performances en el patio enriquecen la oferta diversa.

En cuanto a los cursos, que abarcan temas prácticos y expresiones artísticas, reflejan la amplia gama de intereses de la comunidad, algunos de duración cuatrimestral y otros anuales. Desde aprender a cocinar hasta sumergirse en el mundo del arte. Las actividades son frecuentes y se anuncian en folletos bimensuales.

El palacio forma parte de un conjunto de espacios compartidos en la misma área. Frente a él se encuentran los de Zentros y los Pamplonistas, mientras que en la planta baja se ubica el Padrón. Es crucial señalar que no todos los espacios son exclusivos de Civiox, subrayando así la diversidad y colaboración entre distintas entidades en la promoción de actividades culturales y sociales.

La diversidad de servicios se refleja en la facilidad con la que los ciudadanos pueden empadronarse en Pamplona o acceder a consultas, gracias a la ubicación conveniente en el patio central. Este enfoque de colaboración y

coexistencia entre diferentes entidades refuerza la idea de que el Condestable no solo es un centro cultural, sino un nodo central que conecta a diversas organizaciones en la promoción del bienestar y la participación comunitaria en Pamplona.

El "Micro Estable" es un destacado evento anual del Civiox Condestable, celebrado recientemente en octubre. Este festival innovador se distingue por su enfoque único, utilizando espacios no convencionales, como el parque, la boteja, la gótica y las salas nobles del Condestable, para diversas festividades de micro arte escénicas. Ofreciendo disciplinas como circo, danza y teatro, su singularidad radica en transformar lugares no escénicos en expresivos escenarios artísticos, incluyendo la visita al palacio como parte del recorrido.

La atracción de un público más joven representa un desafío, según Ángel Macías. Aunque reconoce la dificultad, destaca los esfuerzos continuos para atraer a esta audiencia. Este compromiso refleja la adaptabilidad y la expansión constante del alcance del espacio, buscando hacerlo atractivo y accesible para todas las edades.

En cuanto a las exposiciones, se enfatiza la presencia de un equipo de programación activo durante todo el año. Este equipo evalúa diversas propuestas y organiza ciclos temáticos para diferentes segmentos de la audiencia, incluyendo infantil y adultos. El enfoque estructurado y estratégico

en la programación garantiza una oferta diversa y equitativa, adaptada a los intereses y preferencias de distintos grupos dentro de la comunidad.

LA COMUNIDAD LOCAL

El Civiox Condestable ha logrado una impactante revitalización al integrar su historia con cambios tangibles en la comunidad. La metamorfosis de un edificio abandonado en un centro cultural ha dado nueva vida a la calle Mayor, atrayendo de manera activa a residentes de diversas edades. La notable afluencia en esta histórica vía evidencia la conexión profunda entre el Condestable y la comunidad local. Las actividades culturales no solo captan la atención de visitantes esporádicos, sino que también fomentan la participación continua de los residentes del Casco Viejo, subrayando su impacto arraigado en la vida comunitaria.

Ana López, propietaria de Lencería Medina en la calle Mayor 5, destaca la importancia del Civiox Condestable para su tienda de ropa interior. Afirma que la presencia constante de personas que asisten a clases y eventos culturales ha tenido un impacto positivo en su negocio. "Ha tenido un impacto positivo en mi negocio. Muchas personas, tras participar en actividades del centro, tienden a pasear por la calle Mayor, acercándose a mi tienda y explorando otras opciones comerciales", comentó la comerciante. La exposición permanente de Paolo Sarasate en

el Civiox Condestable muestra una colección inestimable, especialmente sus violines, regalados en reconocimiento a sus actuaciones en conciertos globales. Monarcas como reyes, reinas y Napoleón donaron estos violines, expresando admiración por el excepcional talento de Sarasate, considerado el mejor violinista de su época.

Según Ester López, encargada de seguridad, "Hay un video que captura el momento en que Sarasate ganó un prestigioso premio de violín, permitiéndole tocar uno de los violines de la colección". Además de violines, la exposición incluye reconocimientos y elementos que revelan la dimensión artística y personal de Sarasate. López menciona que, de manera poco conocida, no hay información en la fachada del edificio sobre la existencia de la exposición, resaltando la discreción y armonía del edificio, priorizando la preservación estética sin añadir elementos que interfieran con el diseño.

La exposición también destaca objetos como un monóculo regalado por el hijo de Paganini y una colección de bastones, enriqueciendo la historia cultural y personal del violinista. La exposición, un testimonio vivo, utiliza cautivadores videos para resumir el impacto de Sarasate, invitando a los visitantes a sumergirse completamente en una experiencia que dejará una huella perdurable en sus mentes y corazones.

Eduardo Palomino y Rodrigo Villalón- Estudiantes



Una gran galería comercial



"Es necesario una generación que cambie la calle con más envu"

ARQUITECTOS, URBANISTAS Y ESTUDIANTES PROPONEN UNA FUTURA PERSPECTIVA PARA

Elena Lacilla (profesora de la Escuela de Arquitectura)



Actualización de las viviendas e iniciativa ciudadana en el comercio

CAMBIA LA CALLE

Opinión del redactor



COEXISTENCIA DE LO QUE EXISTE CON IDEAS INNOVADORAS PARA UN CONTRASTE INTERESANTE



VIVIR ES URBANÍSTICO

Luis Tena (profesor de la Escuela de Arquitectura)

io un relevo
al para una
ada vez
vejecida"

UDIANTES DE ARQUITECTURA
RA LA CALLE MAYOR, POR JUAN LASO



ELEMENTOS CULTURALES QUE INVOLUCREN A UNIVERSITARIOS

Sofía Lopez (estudiante)

ANDO LE MAYOR



OPINIÓN DE UN EXPERTO

Luis Tena, profesor del área de Urbanismo de la Universidad de Navarra, opina que la calle Mayor está íntimamente ligada al Camino de Santiago. El cambio de tendencia de las ciudades hace que la calle Mayor pase a un segundo plano, cree. El profesor Tena apuesta por potenciar elementos vinculados al Camino de Santiago, que cobran una gran importancia en la calle. El problema de la calle Mayor, puntualiza Tena, es universal, no exclusivo. Quienes viven allí lo hacen interesados por el ambiente y el carácter de la calle.





URRALA

URRALA

txalaparta