

Azokak. Zaharberritzea ala berpiztea



Ander Gortazar °

Gertutasun fisikoa eta mugimenduen askatasuna azpimarratzen ditu Michael Sorkinek hiri demokratikoaren oinarri gisa. *Variations on a Theme Park: The New American City and the End of Public Space* liburuan hiri ez-demokratikoaren deskribapena egin zuen, parke tematikoaren paradigma oinarri hartuta: erabat kontrolaturiko espazio ustez eroso, gizakien arteko egiazko elkarrekintzarik gabea. Ideia honi kontrajarria, **europar merkatu tradizionala ageri zaigu, hiltorian, saihestezina dirudien gainbehera motelean. Arkitektura mantenduz ala indartuz maiz, eta izen tradizionala marka bihurtuz beti, merkatuen zaharberritzeek gutxitan egiten diote so euren ekoizle eta erabiltzaile diren “hiri-ekologiei”** (1).

Lehen gainbehera

XX. mendearen atarian, Erresuma Batua izan zen merkatu tradizionalen gainbehera nabaritzen lehena, elikagaien banaketa-sarea handizkako merkataritzaren esku geratu zenean (kooperatibak, elikagaien banaketa-kateak). Horrek ekoizle eta saltzailearen arteko erlazio zuzena hautsi zuen, eta prezioen beherakadak saltzaile asko ito zituen. Bitartean, gerra ondorengo etxebizitza-politikak hirien periferiak indartu zituen, tartean merkatu estali berririk ez zela.

Europako beste herrialdeetan egoera bestelakoa zen oraindik: Frantzia, Alemanian edota Italian merkatu berriak eraikitzen ari ziren. Merkatu haiek, hala ere, azoka zentralak izan ohi ziren, eta ez zuten merkatu-sistemarik garatu hiriaren hazkundearekin batera.

Espainia eta Europa ekialdeko herrialdeak izan ziren, oro har, hiri-hazkundera eta merkatuak uztartzen jarraitu zutenak. Bartzelona egun bizirik dagoen erreferentea da, eta Euskal Herrian ere hainbat merkatu inauguratu ziren orduan; argazkian, Donostiako Urbieta kaleko San Martin azoka.

Bigarren gainbehera

Bigarren Mundu Gerraren ostean, elikagaien banaketaren eskalak jauzi izugarria egin zuen. Aldi berean, inbertsio ezak

eta biztanleriaren motorizazioak merkatu tradizionala ahuldu zuten, supermerkatu eta abarren onerako. Horietariko asko desagertu egin ziren, beste askok euren izaera galduz soilik biziraun ahal izan zuten. 1971. urtean Pariseko Les Halles merkatuak Les Halles merkataritza-guneari (ñabardura fina) eman zion bide; 10 urte geroago, Londreseko Covent Garden mitikoa zaharberritu zuten, atrakzio turistiko formatuan. Salbuespena, berriz ere, Espainia eta Sobiet Batasunaren inguruko herrialdeak izan ziren, prozesu ekonomiko berriak atzerapenarekin jasotzen zituzten eta. Bartzelona adibide hartuta berriz ere, 1939 eta 1977 bitartean 26 merkatu eraiki ziren hirian. Azken hamarkadetan, ordea, hiri eredu garriantzen ere merkatuek hiri-kontsumoan duten pisua jaisten joan da etengabe.

Zaharberritzearen ajeez

Merkatu eta merkatu-sistemen zaharberritzea (edo berpiztea) bi helbururekin lotuta egon beharko litzateke ezinbestean: gertutasunaren hirigintzarekin lehenik; elikadura-subiranotasunarekin bigarrenik.

Izan ere, merkatuek ekoizpen lokala sustatu eta ekoizle-saltzaile erlazioa indartzen dute, eta azoka inguruko bizitza berraktibatzen ere. Bestalde, merkatu-sistema indartsu batek barne-eskariaren eta barne-ekoizpenaren arteko aldea orekatzeko laguntzen du. Euskal Autonomia Erkidegoan, esaterako, bertoko ekoizpenak ez du barne-eskariaren % 20 ere hornitzen, Suitza eta Austrian % 60ra iristen diren bitartean (2).

Hauek ez dira izan, baina, zaharberritze gehienek gidalerroa. Donostiako merkatuen egoera ikusi besterik ez dago: Antiguakoa desagertua, Grosekkoa ia ikusezin, Bretxakoa lurpean zokoratua eta San Martingoa FNAC eta Inditexen osagarri gisa.

Bartzelona da, seguruenik, hirian zehar sakabanatutako merkatu-sistema osatuena duen Europako hiria. 40 merkatu ditu hiriak, eta 75 dira eremu metropolitarran, auzoetako ardatz egituratzaile izatera deituak. Helburu hauekin sortu zuten udalak PECAB plana (*Pla Especial d'equipament comercial*

(1) SORKIN, M. 1992

(2) Hiripublika. 2010



Donostiako Urbiete kalea eta San Martin azoka, garaiko postal batean

alimentari de Barcelona) 1984an, besteak beste, hainbat azoka zaharberritzeko balioko zuena.

Merkatua soilik baino, azoka eta inguruko merkataritza-bizitza berpiztea zen helburua. Horretarako hainbat bide jorratu ziren: azokaren izaeraren kontrako merkataritza moldeak ekiditea, aparkalekuak eta oinezkoen gunek sortzea, komertzio osagarriak sustatzea, langileen formazioan eragitea eta abar.

1991n IMMB erakundea (*Institut Municipal de Mercats de Barcelona*) sortu zuen udalak merkatuen modernizazioa sustatzeko. Hogei urte pasatu direnean, balantzeak hainbat argi-ilun utzi ditu.

Hasiera batean auzoetako bizitzan eragiteko interbentzio txikiak proposatu ziren, arkitektura eta programazioari garrantzia handia emanaz. Zaharberritze askoren ondorioz postu kopurua jaitsi bazen ere, merkatuek euren pisu espezifiko mantendu zuten. Azkenaldian, baina, oso ohikoa bihurtu da elikagaien banaketa-kate handien eta postu tradizionalen arteko elkarbizitza, batak bestea osatzen duelakoan. Praktikan merkatuaren esentziaren kontrakoak badira ere, euren ekarpen ekonomikoak egiten du maiz proiektua bideragarri, zaharberritzearen portzentaje bat ordainduz edo urteroko aparteko kuota baten bidez. Hala, Mercadona eta Caprabo dira, gaur egun, hiriko merkatuetan gehien txertatutako bi kateak (3).

Horrekin batera, merkatuen “ikusgarritasun” moduko bat ere atzeman da azken urteotan, La Barceloneta eta Santa Caterinan bereziki azpimarragarria. Josep Miàs eta EMBT bulegoen lan ikusgarriak sona handia eman badie ere, turismoari begirako keinu honek gentrifikaziorantz daramatza merkatu hauek: postu umilenak desagertu egiten dira pixkanaka, maila altuko elikagaiak eskaintzen dituzten komertzioen onerako. Akatsak tarteko, eta azken hogeitau urteotan postu kopurua % 50 jaitsi bada ere, Bartzelonako merkatuen egoera ereduagarria da Europako beste hiri batzuekin konparatzen badugu.

(3) *Expansión*, 2011

Hiri garaikidean, berritasuna eta obsoleszentzia azkarra izan dira merkataritza molde arrakastatsuen ezaugarri nagusiak.

Garaia arabera, galeria komertzialak, saltoki handiak, autozerbitzuak edo merkataritza-gune erraldoiak interesatu zaizkio biztanleriari. Hala ere, merkataritza-formatu hauen jaiotza-heriotza ziklo azkarren gainera, azokek bizirauteko gaitasun berezia erakutsi dute (4).



Bibliografia

- SORKIN, M. (2004): *La nueva ciudad americana y el fin del espacio público*, Gustavo Gili, Bartzelona. [ISBN 9788425219696]
- BILBAO A. (2010): “Euskal Hiria.Net: lurraldeari ezikusia... non dago nekazal lurra?” Hiripublika bloga, Udako Euskal Unibertsitatea [www.unibertsitatea.net/blogak/hiripublika]
- MENCHÉN M. eta GARCÍA B. (2011): “Mercadona y Caprabo copan los mercados de Barcelona”. *Expansión*, 2011-03-10.
- OYÓN J.L. eta GUÀRDIA M. (2010): *Hacer ciudad a través de los mercados. Europa, siglos XIX y XX*, Ajuntament de Barcelona, Bartzelona. [ISBN 9788498502664]

° Ander Gortazar arkitektoa da.

(4) OYÓN, J.L., GUÀRDIA, M. 2010