

LA FORMA URBANA DEL MENJAR FRESC

(HOW FRESH FOOD SHAPES BARCELONA) proposta per al títol en anglès

Pere Fuertes, Eulàlia Gómez-Escoda



Els mercats mostren el pols de Barcelona. La relació que estableixen amb la ciutat, el carrer i la casa es pot descriure a través de nou termes que perfilen la forma urbana que modela el menjar fresc: ordenar, cobrir, extreure, atraure, desbordar, equipar, encaixar, cuinar i menjar. El mercat té la capacitat d'atraure per les sensacions que desperta el desplegament dels aliments, d'establir un pont fins a les cuines de les llars on s'elaboren, de desbordar activitat cap els carrers i places que hi condueixen i d'encaixar la ciutat al seu voltant. Les renovacions iniciades ara fa tres dècades han transformat notablement el paper dels mercats amb voluntat de garantir la pervivència i mantenir viu el mercadeig sota unes cobertes que un dia van ordenar la relació entre la ciutat i el menjar, a base d'extreure dels carrers les incomoditats lligades tradicionalment al comerç dels aliments. Mentre altres ciutats europees que van bastir una xarxa de mercats públics n'han desistit a causa dels canvis en la distribució comercial d'aliments, Barcelona ha anat a destemps d'aquest fenomen i, als inicis del segle XXI, manté i renova els seus 38 mercats municipals, un patrimoni en ús que aixopluga una estratègia d'accés als aliments frescos i condiona, a través del menjar, la ciutat del seu voltant.

Ordenar. Caminar per un mercat és deambular entre aparadors que no fan més d'un metre i mig d'alçada i que exposen el menjar rere vidres de carnisseries, xarcuteries, parades d'aviram i conserves, sobre taulells de fruiteries i verduleries o damunt llits de gel de peixateries i marisqueries. La cura en la disposició dels aliments a cada parada —el peix en paral·lel, les peces de fruita en piràmide, en matriu o amuntegades segons la seva mida, la carn disseccionada en parts, els embotits endreçats per forma i llargada— exigeix cada dia un temps per arreglar, apilar o penjar el menjar abans que les portes del mercat s'obrin per als compradors.

Durant el primer terç del segle XIX, Barcelona comença a sistematitzar l'ordre en els espais de mercat i no ho fa amb el desplegament d'aquestes estratègies d'endreça i disposició geomètrica del menjar —que existeixen des que ho fa el comerç— sinó extraient-los del carrer per recloure'ls en espais regulats i especialitzats: les *places de mercat*. Sant Josep i Santa Caterina en són un exemple: ressegueixen la petjada dels claustres dels convents desamortitzats i els converteixen en places porxades, que endrecen un recinte amb el ritme de les columnes al seu perímetre i dibuixen uns espais de geometria definida, contraposats a l'enrevessament de la trama dels voltants. Les places de mercat ofereixen en el seu interior barreja de menjar, de converses, de gent i, sobretot, recer als intercanvis comercials.

Les iniciatives d'endrega dels espais de mercat obeeixen a raons d'ordre urbà, però també a raons d'higiene i control de les condicions de venda, transport i pagament d'impostos. Les primeres ordenances municipals ja defineixen quins aliments es poden vendre al mercat i en quines condicions —fresc, conservat, cuit o preparat—, quins pesos mínims i màxims han de tenir i com s'han de mostrar a les parades. La ciutat posa ordre d'aquesta manera a la relació promíscua del menjar amb el carrer i emprèn el camí cap a l'aparició dels edificis dels mercats, amb els quals pretén privar el carrer d'una de les raons de la seva existència: el fet de *mercadejar*.

Cobrir. En pocs anys, les noves places de mercat es comencen a cobrir amb estructures permanents. Els tendals de les parades, que cal muntar i desmuntar a diari, deixen pas a un aixopluc que protegeix tot l'espai i que, amb el pas del temps, conduirà als edificis de ferro i vidre que comencen a bastir-se durant la Restauració, influïts per la imatge de modernitat dels models francesos: el mercat del Born (1876), Sant Antoni (1882), la Barceloneta (1884), Hostafrancs, la Concepció i la Llibertat (1888), el Clot i la Unió (1889) o l'Abaceria Central de Gràcia (1892), als que segueixen altres exemples ja entrat el segle XX, com el primer mercat de Sant Gervasi (1913).

En aquest context, el mercat de la Boqueria segueix un camí singular, probablement per l'estreta relació que ha anat teixint amb la plaça de Sant Josep, que li **don**a límits sense definir-lo com a edifici; una ambigüitat que encara avui permet entendre'l com a *plaça coberta*. La primera cobertura el 1874, l'estructura metàl·lica d'Antoni de Falguera el 1914, així com la neteja i reforma de Lluís Clotet i Ignacio Paricio —acabada el 2001— i l'ampliació el 2015 cap a la plaça de la Gardunya, de Carme Pinós, han sabut mantenir aquest caràcter híbrid, lliure de tancaments, que li assegura una bona trava amb la ciutat.

Vistes en conjunt, les cobertes d'aquests mercats es poden entendre com a dispositius termodinàmics que permeten dissipar la calor i renovar l'aire, creant una atmosfera fresca d'acord amb la naturalesa dels productes que s'hi compren. La seva alçada i obertures ofereixen al mercat una qualitat de llum que en preserva la condició d'espai obert. Són cobertes que protegeixen els compradors de la intempèrie i el menjar de l'acció adversa del sol. Escenes d'aviram o peces de carn penjades a l'exterior, que encara perviuen en altres cultures properes, ja no són acceptables socialment.

Sota aquestes cobertes protectores, el mercat s'organitza en un espai diàfan, ocupat per taules atapeïdes d'aliments —que ja no necessiten tendals— i una munió de venedors i compradors que les envolten. Tot i la progressiva transformació de les parades en artefactes dotats de sostre i tancaments propis, que contribueixen a la fragmentació de l'espai, i la incorporació massiva d'il·luminació elèctrica sobre els aliments, encara és possible reconèixer i valorar bona part de les qualitats que **prop**orcionen aquestes cobertes. Es podria dir que cobreixen l'acte mateix de *mercadejar* i, en aquest sentit, són ciutat.

Paral·lelament, cobrir el mercat —protegir-lo— també pot ser sinònim de cobrir la demanda. Aquesta ha estat històricament l'expressió d'un compromís que la ciutat ha adquirit —i reforçat durant diversos períodes d'expansió o crisi— per tal de garantir l'accés al menjar fresc de tots els seus habitants. Si bé és un procés que cal considerar i valorar en tota la seva complexitat, la renovació dels mercats de les darreres tres dècades s'allunya d'aquest objectiu, fomentant un model heterogeni sota una mateixa coberta.

Extreure. Els mercats coberts i amb façana són edificis aïllats de l'exterior, destinats a apartar dels carrers els intercanvis que fins aquell moment els havien envaït. La intenció original és eliminar de l'espai públic la brutícia i el soroll del mercat, però, en aquest procés d'extracció, també es debilita la relació establerta de manera natural fins aleshores entre carrer i alimentació a través de les olors, els colors i la presència constant de menjar a qualsevol racó i aferrat a qualsevol façana. Els mercats són edificis públics i, per reforçar-los, l'Ajuntament regula durant els primers anys la competència al seu voltant a base d'establir distàncies a les quals no es poden vendre aliments frescos al carrer. D'aquesta manera no només s'allunya l'activitat de les places, sinó que als carrers que hi fan cap, els carretons ambulants queden prohibits i les parades amb menjar deixen d'estar permeses.¹ Són mesures dirigides a deixar erms de mercadeig els carrers del voltant en favor de la nova xarxa establerta entre parades a l'interior del mercat, per molt que el caràcter expansiu del comerç es resistirà a fer-les efectives.

Concentrar les vendes en un espai tancat és la millor manera de centralitzar-les: per garantir preus competitius i pesos justos, i, sobretot, per aïllar tot allò que incomoda el carrer i acumular-ho en un mateix lloc: la descàrrega de menjar i la recollida de deixalles. A Barcelona, els mercats construïts en la segona meitat del segle XX i les reformes successives que s'han produït en els més primerencs, canalitzen a través del soterrani la majoria d'aquestes operacions d'entrar menjar i extreure residus, de manera que la rampa entre carrer i subsòl o el muntacàrregues fins a l'espai de parades concentren els fluxos de distribució. L'espai públic a l'interior dels mercats ha heretat la voluntat d'ordre i asèpsia que va treure el comerç d'aliments del carrer, tancant-lo en edificis, per modernitzar la ciutat a base de netejar-la. ~~Els mercats han resistit l'acció de cloure's per netejar la ciutat i modernitzar-la: han continuat sent espai públic, on tant la trama interior com l'aspecte de les parades han heretat la voluntat d'ordre i asèpsia que va treure'ls dels carrers per dur-los als edificis.~~

El mercat surt així del carrer i el menjar guanya protecció del sol, de la pluja i de la temperatura, però, en aquest mateix acte, perd la relació més immediata que li atorgava l'aire lliure: la llum artificial, l'espai cobert i la temperatura regulada estableixen l'ambient a l'interior i prenen al mercadeig, en un primer grau, la vinculació amb el pas del dia i el canvi d'estacions.

Equipar. Abans de les places, el lloc del mercat havia estat a les portes de la ciutat, com el Mercadal —l'actual plaça de l'Àngel— a la porta del recinte romà o el pla de la Boqueria, davant la muralla de Jaume I. Eren punts tan vitals de confluència i intercanvi entre la ciutat i el camp que van persistir, fins i tot, quan el creixement urbà els havia engolits. Els mercats s'estenien linealment pels camins d'accés, i la formalització progressiva de places modelades al seu voltant va permetre una major i més eficaç concentració de parades organitzades en quadrícula. En aquesta densitat i intensitat d'activitat hi ha la llavor del mercat actual: moltes parades agrupades regularment són més competitives —i controlables— que una renglera inacabable. De fet, la majoria dels divuit mercats construïts a Barcelona fins a mitjans del segle XX són el resultat d'una

¹ El 28 d'abril de 1827, arran de la posada en marxa del nou mercat de Sant Josep, es publica l'edicta del Marquès de Campo Sagrado, que impedeix la venda de productes alimentaris en altres punts de la Rambla (Ajuntament de Barcelona, AMCB).

activitat a l'aire lliure anterior, les traces de la qual es deixen sentir en la configuració del propi edifici i, sobretot, en el caràcter del seu entorn.

No obstant, els 20 mercats erigits a partir de 1957 ja no tenen pràcticament relació amb una activitat prèvia ni amb un teixit que hagi evolucionat en paral·lel. Es plantegen de bell nou com a edificis autònoms allunyats de l'ambigüitat de les places cobertes. Ofereixen un servei que vol garantir l'abastiment de menjar fresc a la població d'una ciutat en expansió abans no arribin els supermercats i autoserveis, implantats lentament des de finals de la dècada de 1950.

En un moment en què a Europa minva el nombre de mercats a causa de la ràpida modernització de la distribució comercial, com ens recorden Manel Guàrdia i José Luis Oyón,² a Barcelona es consolida el seu paper com a xarxa d'equipaments amb vocació de fer forts petits centres de barri, ocupant espais que responen a l'oportunitat i disponibilitat de sòl en denses àrees urbanes. En certa mesura, s'ha exportat un *model mental*, originat i desenvolupat en unes condicions molt diverses, ara sense la complicitat necessària de la ciutat que l'acull i amb resultats desiguals.

El punt d'inflexió més recent es produeix el 1991 amb la creació de l'Institut Municipal de Mercats, que es proposa actualitzar aquest model heretat segons els canvis en els hàbits de consum. Seguint aquest fil, la reforma de la Concepció el 1998 estableix una pauta que, amb variacions, s'ha mantingut durant vint anys fins a la reobertura del mercat de Sant Antoni el 2018: reducció del nombre de parades ampliant-ne la superfície, gestió de descàrrega i residus en planta soterrani i incorporació d'un supermercat, un aparcament públic i, en ocasions, altres botigues no alimentàries o restaurants. Volen respondre a l'*aglomeració* urbana de la que formen part amb una aglomeració de serveis pròpia del centre comercial. Tot i la renovada capacitat d'atracció dins el propi barri que això suposa, els mercats afronten una quota decreixent de vendes³ i mostren les contradiccions pròpies d'un model que s'ha sotmès a tants processos d'adaptació.

Encaixar. Els mercats són l'espai públic on anar a comprar el menjar fresc. Formen part del tros de ciutat en el qual s'insereixen i s'hi posen seguint les regles urbanes de relació que corresponen en cada cas. Hi ha mercats que, tot i el pas dels anys, continuen sent places cobertes —com la Llibertat, l'Abaceria, Sant Andreu, el Clot, la Barceloneta, la Unió o la Boqueria— i n'hi ha que respecten la trama de carrers i substitueixen en forma, dimensions i alçada el que podia haver estat una illa de cases —com Sants, Hostafrancs, Sant Gervasi, Galvany, Sant Antoni o Horta—. Els de construcció més recent se situen en trossos de ciutat on les dimensions de l'espai obert s'imposen sobre la xarxa de carrers i s'hi col·loquen com un edifici més —com el Bon Pastor, Canyelles, Trinitat, Vall d'Hebron, Provençals, la Marina, Ciutat Meridiana, el Besòs, Felip II, la Guineueta o Montserrat—. Altres exemples ocupen fragments d'illa, posicions de cantonada o estan adossats a edificis d'altres usos —com Santa Caterina, la Concepció, el Ninot, les Tres Torres, L'Estrella, Les Corts, Lesseps, el Carmel, Sant Martí, la Mercè o Sarrià—. Les darreres

² Manuel Guàrdia i José Luis Oyón amb Nadia Fava, "El sistema de mercats de Barcelona". A *Fer ciutat a través dels mercats. Europa, segles XIX i XX*. Barcelona: MUHBA, 2010.

³ Segons l'informe *Hàbits de consum i polaritat comercial de la ciutat de Barcelona* (2017), els mercats municipals venen el 44,4 % del peix i marisc, el 35 % de la carn i el porc i el 23,2 % de les fruites i verdures que es consumeixen a la ciutat. Cinc anys enrere, el mateix estudi indicava que la venda de fruites i verdures era del 27,9 %.

experiències fins i tot plantegen el mercat com una de les peces que componen un trencaclosques d'equipaments variats, combinat amb un centre d'assistència primària, una residència de gent gran, un centre cívic, una biblioteca o una escola bressol —Guinardó (2015), Sagrada Família (2007), Fort Pienc (2003)—. Són exemple de com la domesticació de les activitats ordinàries de mercat ha arribat al punt de permetre'l compartir sostre amb altres activitats i de com la seva arquitectura s'ha allunyat de la monumentalitat per buscar barreja d'usuaris i densitat d'activitats.

El vincle més íntim entre el mercat i la ciutat són les portes d'accés. Han passat d'absorbir el carrer sencer —quan els carros tirats per animals creuaven el mercat i descarregaven les mercaderies a peu de parada— a estirar-ne cap a l'interior només els vianants —les reformes amb rampes i ascensors han permès fer accessibles els mercats que tenien la sala de vendes deslligada del pla del carrer—. Els edificis amb estructures de ferro de finals del XIX van alliberar els perímetres de càrregues i les façanes van poder ser tan transparents com calgués, amb obertures il·limitades en nombre i dimensions. Mentre, en els primers mercats, persones i menjar entraven pel mateix lloc, avui la logística s'ha fet més complexa i ha segregat els accessos, de manera que ha desaparegut la façana *del darrere* i s'ha guanyat tot el perímetre com a façana urbana. La posició de les portes queda condicionada per l'atenció a la ciutat del voltant, que es fa més intensa pel pas de gent atreta pel mercat. L'activitat desborda i el menjar surt, com ho havia fet des dels orígens, al carrer.

Attraure. El mercat és, en paraules de Carolyn Steel, una “ciutat de menjar”;⁴ un món de temptacions per als sentits. L'estructura de parades i carrers es tradueix en un ordre dels aliments que es desplega als ulls i l'olfacte del visitant per analogia amb un bufet ben assortit; una natura morta envolupant que suggereix la imatge mateixa de l'abundància. Formatges de diverses procedències disposats en matisos de groc per punts de curació o tipus de llet, famílies de fruites i verdures curiosament arranjades en gammes de colors vius, la immensitat del mar abastable en una sola mirada, carns i embotits desbordant l'àmbit físic de la parada. La diversitat de l'oferta s'ha incrementat notablement, però la quantitat continua sent una característica llargament associada als mercats. Segons descriu l'historiador econòmic Francesc Valls, el 1849, i amb una població de 186.000 persones, a Barcelona hi entraven anualment “uns tres milions i mig de quilograms de carn de xai, bou i vedella [...] gairebé quinze mil porcs i un nombre difícil de precisar d'aus [...] que comprendria, entre d'altres, dues-centes mil gallines”.⁵ En aquestes condicions d'abundància i diversitat, el menjar fresc pot convertir-se fàcilment en un motor capaç d'activar la ciutat al seu voltant, gràcies al seu potencial d'atracció.

La transició dels mercats reformats cap a un model amb més presència del menjar de qualitat i gourmet —que va expulsant altres aliments més bàsics o laterals— reclama la presència d'un venedor de confiança, que conegui bé el producte, i d'un sistema de comercialització capaç d'incorporar la traçabilitat, la preocupació per la dieta o l'origen biològic. La demanda de proximitat, però, es troba limitada a la pràctica per la quantitat de terres cultivades en relació amb

⁴ Descriu el Borough Market londinenc com “a seething, hissing, sizzling city of food”. Carolyn Steel, *Hungry City: How Food Shapes Our Lives*. Londres: Vintage Books, 2009.

⁵ Dades extretes d'*Estadística de Barcelona* (1849), de Laureà Figuerola. Francesc Valls, “Geografia del proveïment alimentari cap a 1850”. A *Proveïr Barcelona: El municipi i l'alimentació de la ciutat, 1329-1930*. Barcelona: MUHBA, 2013.

la població que se'n alimenta;⁶ una situació inversa a la que era comuna quan es van aixecar els primers edificis de mercat, amb pagesos que venien la seva producció i bestiar que entrava a la ciutat pel seu propi peu.

En aquest canvi de model actual, es pot intuir la influència d'un relleu generacional de compradors i paradistes sumat a nous hàbits de vida que caldria avaluar detingudament. És cert que els consumidors més joves valoren, per sobre de tot, la qualitat de l'oferta, però resulta tant o més significatiu que gairebé un de cada quatre barcelonins no vagi mai al mercat.⁷

En aquestes condicions, el mercat perd pes en l'aprovisionament quotidià i se'n podria esperar una deriva progressiva cap a les compres excepcionals o esporàdiques, aquelles que competeixen amb les botigues especialitzades i no amb els supermercats. De fet, més de la meitat de les compres setmanals es concentren entre divendres i dissabte,⁸ quan la interferència amb els horaris de treball és mínima i es poden dedicar temps i mitjans a la *cuina social* del cap de setmana. No obstant, la presència creixent d'aliments dosificats i semipreparats al mercat, llestos per coure o escalfar sense elaboració, s'adreça a garantir la presència de compradors habituals, atrets per una oferta que té en compte el poc temps disponible entre setmana i l'exigència d'una alimentació a base de productes frescos.

Desbordar. A la ciutat no es produeix menjar, sinó que s'acumula i es distribueix. Barcelona va començar a ser un gran contenidor d'abastiment alimentari l'any 1329 amb el *Vi vel gratia*, atorgat per Alfons XIII, que va permetre fer front a la carestia a base de fer-ne inventari d'existències, de prohibir la sortida de cereals del terme i de subvencionar-ne les importacions.⁹ La conseqüència d'aquest compromís municipal centenari de garantir l'accés als productes frescos s'ha mantingut a la memòria col·lectiva amb el pas dels anys, de manera que l'escampada de botigues d'aliments de costat amb els mercats —fruiteries, carnisseries, peixateries, xarcuteries— respon avui a una tradició de comprar el menjar en llocs especialitzats, malgrat l'aparició dels supermercats i autoserveis i la comoditat dels envasats i precuinats.

L'accés al menjar queda garantit per una constel·lació d'establiments estesos per tota la ciutat,¹⁰ que, en alguns casos, es concentren a les vores del mercat, tocant-ne les parets o a les plantes baixes properes, i que aprofiten tant el flux de gent que canalitza com el protagonisme de la presència de menjar que desprèn. Les parades de fruita i verdura a l'exterior són el grau més elemental d'aquest desbordament: la plaça de Sant Galdric, a esquenes de la Virreina i de costat amb la Boqueria, o la façana llarga de l'Abaceria al carrer de Puigmartí conserven aquesta cara

⁶ Prenent com a referent l'*Anuari estadístic* de Mercabarna, de 2017, només un 14,2 % de les fruites i verdures i un 12,5 % del peix i marisc frescos distribuïts tenen origen a Catalunya. Són els valors relatius mínims dels darrers deu anys.

⁷ Informe *Hàbits de consum i polaritat comercial de la ciutat de Barcelona*, del 2017.

⁸ *Ibidem*.

⁹ Ho explica Mercè Renom (2016) a *Proveir Barcelona. El municipi i l'alimentació de la ciutat, 1329-1930*, Barcelona: Ajuntament de Barcelona i MUHBA, on el proveïment alimentari amb la ciutat el defineix com "una necessitat més urbana que rural [...] els governs locals de viles i ciutats van tenir —i tenen encara— entre les seves funcions essencials la de garantir la subsistència dels seus habitants".

¹⁰ Un accés no universal segons l'*Enquesta de condicions de vida i hàbits de població* feta per l'IDESCAT el 2011. A la ciutat de Barcelona, 70.130 llars van reconèixer haver renunciat a fer un àpat de carn, pollastre o peix almenys cada dos dies per raons econòmiques.

urbana feta d'agrupacions ordenades de producte fresc en taulells recolzats sobre les caixes de cartró i plàstic que han servit per transportar-los. L'edifici del mercat també es transforma amb aquest efecte desbordant: la façana exterior es fa gruixuda en alguns casos i es revesteix de floristeries, herbolaris, parades de roba i d'estris de la llar. Són usos complementaris que no troben el seu espai entre les parades de menjar i que s'estableixen en quioscos plegables a diari, que miren enfora, als carrers perimetrals. Les darreres reformes de mercats municipals, però, han desconfiat que aquest efecte *imant* es produís i, davant el dubte que les xifres d'usuaris no responguessin a les expectatives i els mercats desertitzessin el seu voltant, han introduït supermercats a dins per atraure-hi consumidors. Amb aquesta estratègia s'han envaït uns cossos que ja eren capaços per si mateixos de desbordar activitat —els mercats— amb estructures alienes i fins i tot contradictòries en els productes que ofereixen, amb la manera de presentar-los i amb el sistema de vendre'ls.

Desbordar implica que el mercat no satisfà la totalitat de la demanda o totes les seves expressions. És el cas d'especialitats que no troben en el sistema de parades un format adequat, com els forns de pa —que no poden tenir obrador—, les enoteques o botigues de *delicatessen* —que no volen dependre dels seus horaris—, o les franquícies —que no s'hi adequen per superfície o per normativa—. En aquests casos, l'entorn immediat recull la dispersió, i prop de les portes i al llarg dels carrers d'accés s'ubiquen alguns d'aquests establiments. El PECAB¹¹ estableix perímetres al voltant de 31 mercats de la ciutat —amb una forma definida en cada cas concret pels comerços existents i l'accessibilitat a l'àrea— en els quals regula l'obertura de noves botigues de menjar per formar una àrea de polaritat complementària a l'oferta del mercat municipal. L'herència d'aquesta política urbana de fer forts els mercats és molt palesa en alguns casos com la Boqueria, Hostafrancs, l'Abaceria, la Concepció, la Llibertat, el Ninot i les Tres Torres, on el mercadeig desborda l'àmbit del recinte i colonitza les plantes baixes del voltant.

Cuinar. A Barcelona hi ha 822.719 llars amb les seves respectives cuines, de les quals gairebé la meitat té un mercat a menys de 400 metres de distància,¹³ és a dir, a cinc minuts a peu. Podem ampliar el radi i la proporció canviaria, però cal tenir en compte que la immensa majoria de barcelonins compra el menjar fresc en l'entorn immediat de casa seva.¹⁴ La idea d'abastir els habitatges de forma sistemàtica amb una xarxa de mercats de proximitat ja és present en el projecte d'Eixample d'Ildefons Cerdà, tot i que la distància estimada en aquella ocasió —una malla de 10 per 10 illes¹⁵— és apreciablement major, en consonància amb altres estàndards de mobilitat. En aquest escenari, és possible establir una relació potencial, a escala urbana, entre cadascuna de les cuines que es troben dins el radi d'acció considerat i l'espai a cobert del mercat, a

¹¹ *Pla Especial d'Equipament de Comerç Alimentari de Barcelona*, redactat per l'Ajuntament, vigent des del 1986 i amb una última revisió el 2011.

¹³ A partir de les “Dades urbanístiques de les illes de la ciutat de Barcelona” —actualitzades el 3 de maig del 2018, i consultables a <http://opendata-ajuntament.barcelona.cat/data/ca/dataset/taula-map-illa>— s'ha calculat el nombre de llars dins un radi d'acció al voltant de cada mercat, constatant que un 47% de les llars de la ciutat queden incloses en aquest perímetre de proximitat.

¹⁴ Informe *Hàbits de consum i polaritat comercial de la ciutat de Barcelona*, 2017.

¹⁵ Francesc Magrinyà i Salvador Tarragó, *Cerdà. Ciutat y territorio. Una visión de futuro*. Barcelona: Electa, 1994.

la manera d'un *cordó umbilical* que els vincula directament. En aquest sentit, el propi mercat es pot entendre com una prolongació de la casa; un vast refrigerador col·lectiu que la proveeix i del qual se'n pot fer ús habitual, des de la pròpia llar o en el trajecte des de la feina. Els àmbits d'influència de cada mercat permeten veure amb claredat l'abast d'aquest vincle i detectar, en conseqüència, els fragments urbans que no queden coberts per l'ona expansiva. En aquests casos, es podrien acceptar alternatives —com fa el propi PECAB amb determinats centres comercials— o bé contemplar l'obertura de nous mercats, com ha succeït amb el Fort Pienc (2003), construït setze anys després de l'última experiència.

En un escenari de mútua dependència entre el mercat i la cuina domèstica, però, s'hi interposen diversos factors de distorsió causats pels continus canvis en l'estructura social, hàbits de consum i horaris laborals. Com a conseqüència, una mitjana de 3,5 àpats setmanals es fan fora de casa¹⁶ —un de cada sis, considerant esmorzars, dinars i sopars—; una xifra a la que cal sumar la pràctica creixent de substituir o combinar la cuina de diari amb plats de *take away* o *delivery* i, evidentment, les compres realitzades fora del mercat. El cordó umbilical és més prim que fa una dècada, però no necessàriament menys intens, si tenim en compte que comprar al mercat implica cuinar a casa i la disponibilitat per fer-ho inclou els àpats amb família o amics del cap de setmana. Els propis carrers del mercat —especialment quan han estat ampliat per acció de la política de reformes actual— semblen dimensionats per aquests dies de màxima aflluència, quan els veïns hi concorren amb una mateixa intenció que en subratlla el caràcter col·lectiu.

Menjar. L'expressió *cuina de mercat* fa referència al conjunt de plats elaborats amb productes disponibles en un moment donat. Tradicionalment, aquests han estat els aliments de temporada, frescos i abundants però limitats en el temps. Els canvis tècnics i d'escala en la distribució i conservació del menjar posen en crisi aquesta relació en la immensa majoria de casos, tret d'algunes fruites i altres aliments que persisteixen en l'estacionalitat. No obstant, Massimo Montanari, matisa la dependència temporal quan assegura que, “en la *calendarització* del menjar, els aspectes culturals han prevalgut sobre els naturals”, de manera que hem tendit a modificar els aliments per conservar-los més enllà dels límits de disponibilitat; només les elits s'han permès el consum de fruita i verdura fresca fora de temporada, feta portar de lluny.¹⁷ D'acord amb aquesta lògica, avui tothom es comportaria com aquelles elits, però a un cost ambiental inassumible.

Vinculem la cuina de mercat —amb els matisos esmentats— al menjar domèstic i, sobretot, a la carta d'alguns restaurants. En el cas dels mercats de Barcelona, reformes com les de Santa Caterina (2005), la Barceloneta (2007) i el Ninot (2015) els han anat incorporant sota la mateixa coberta com a part d'una oferta renovada. Són restaurants amb obertura a l'exterior —que els garanteix una autonomia d'horaris— però amb un vincle implícit amb l'entorn en el que s'insereixen, que els permetria ostentar “com a element de qualitat, la proposta d'una cuina lligada al territori i al menjar fresc del mercat; una opció substancialment innovadora i, tanmateix, fonamentada en elements de la tradició”.¹⁸

¹⁶ Hamilton, *Estudi de la restauració a Catalunya. Hàbits de comportament i tendències*. Departament d'Empresa i Coneixement, Generalitat de Catalunya, 2018.

¹⁷ Massimo Montanari, *Il cibo come cultura*. Roma-Bari: Laterza, 2006.

¹⁸ *Ibidem*.

En aquesta lògica d'acostar la venda i el consum, una alternativa llargament reivindicada per la Boqueria com a resposta a la pressió turística —i que també s'ha posat a prova en el cas del Ninot— és la degustació d'especialitats en la pròpia parada, que ja defineix i preveu, amb certes condicions, l'ordenança de mercats. Sempre hi ha hagut restaurants i tavernes en les immediacions del mercat, alguns d'ells amb taules a tocar de la seva façana; el que resulta realment significatiu és que ara el mateix producte fresc es pot comprar per cuinar a casa o per menjar directament a la parada, immers en l'atmosfera i l'activitat d'aquesta ciutat de menjar. Josep Pla es referia al paisatge agrícola com una simfonia domèstica i al mercat com la seva lògica expressió urbana, mentre gaudia d'un esmorzar *de forquilla* a la Fonda Europa, davant el formidable escenari del mercat setmanal a l'aire lliure de Granollers.¹⁹ En aquest sentit, la vigència dels mercats es podria entendre com un fruit d'aquesta associació amb el territori, culturalment arrelada per la seva continuïtat temporal, malgrat la procedència actual de molts productes que ja no s'inscriuen en aquesta equació. Menjar al mercat transgredeix la relació directa dels productes frescos amb la cuina de casa i, no obstant es tracta d'una incorporació recent —potser la més jove de totes—, s'emmarca en una demanda de qualitat que la fa comprensible.

¹⁹ Josep Pla. *Tres guies*. Obra Completa, volum XXX. Barcelona: Destino, 1976.