

## Escrits sobre el comerç tradicional a Catalunya

Des de la caiguda de Roma fins a començaments del segle XI, els intercanvis comercials, a Catalunya, com a tot el món romà, experimentaren un gran retrocés. Foren els segles més obscurs de la història catalana, i la inseguretats social no és bona companya de les operacions mercantils, que, de totes maneres, és segur que no desaparegueren del tot.

Vilà i Valentí, a les *Notes sobre el poblament català medieval* afirma taxativament: «Durant els primers segles de l'Edat Mitjana hom no pot dubtar de l'existència d'una certa vida comercial i, per tant, de la consegüent celebració de mercats. Ultra la documentació que més endavant adduirem, cal confessar que és molt difícil de poder-se afigurar una societat del tipus que estudiem amb la manca absoluta d'un intercanvi de productes. Malgrat la possible jerarquització social en una forma extraordinàriament rígida i travada, malgrat una organització econòmica de formes senzilles i estructurada en cercles tancats, és difícil de creure en una manca de tràfic, potser perquè en el fons no es veuen prou demostrades les altres afirmacions. Sempre hi devia haver nuclis menys ruralitzats que necessitaven abastar-se de productes agrícoles. No deuriem faltar tampoc àrees on la manca total de certs aliments o objectes exigís la seva compra o almenys el canvi per un altre. A més, encara que no és clara l'existència d'una classe mercadera amb anterioritat al segle XI com a professió exclusiva i amb consciència de tal, és innegable que hi ha casos esporàdics d'individus o grups que s'hi dediquen. La necessitat d'adquirir productes per part del consumidor i la major facilitat de venda per part del productor (...) implica la celebració diària d'aquest fet, que denominem mercat, que no és altra cosa que la fixació i periodicitat d'un acte comercial primari.»

En el mateix llibre suara citat, Vilà menciona la primera dada que es té, a Catalunya, sobre els mercats: es tracta d'una concessió per celebrar mercat que el comte de Pallars féu als monjos del monestir de Gerri de la Sal.

Se sap que, uns anys després, el 850, existia un mercat a la Seu d'Urgell i diversos al comtat de Girona. Durant el segle X, les condicions socials continuaren essent poc favorables a l'organització de mercats. La reconquesta assolí treballosament la línia del riu Llobregat, i la petita Catalunya naixent quedava encara sotmesa a les devastadores incursions dels sarraïns.

Mentrestant, els mercats anaven canviant d'aspecte. Des de l'època visigòtica fins al segle VIII, hi havia hagut molt pocs mercats, que tenien, per tant, un ampli radi d'acció. Com que les comunicacions eren difícils i els mitjans de transport dificultosos, hom procurava evitar els llargs desplaçaments i, en conseqüència, els mercats tenien una periodicitat que, en cap cas, no era inferior a la setmana.

Tal com es deia al començament d'aquest apartat, «és difícil posar pedres termeneres a l'evolució de les institucions humanes». Per tant és inútil voler cercar el moment precís en què els mercats canviaren de forma. Val més dir, com suara, «els mercats anaven canviant d'aspecte», i, si hom escriu frases com «fins al segle VIII», el que s'ha de pensar és que s'indica una tendència dominant, i mai uns canvis sobtats i bruscos.

Diu Vilà i Valentí que la segona etapa, en l'evolució dels mercats catalans, compregué els segles IX i X, i que hom pot anomenar-la «etapa carolíngia». En aquells moments, l'assentament humà ja era més estable, ja que hom anava ocupant les terres per aprisió, i per la pràctica de l'artigatge hom les anava incorporant al circuit econòmic. L'espai s'anava organitzant, coincidint amb l'estructura feudal. També, en adaptar-se a l'heterogeneïtat del territori català, l'economia de Catalunya s'anava centrant vers l'explotació de les petites unitats territorials que caracteritzen la morfologia del Principat. Per tant, i com a conseqüència del que s'acaba de dir, el nombre de mercats va augmentar considerablement, essent diàries les seves reunions, a fi i efecte de poder satisfer les necessitats locals més immediates. Aquesta característica no era privativa de Catalunya, sinó que es repetia per tots els indrets de la península Ibèrica, on, tot i les notables diferències existents entre les contrades, existien unes condicions relativament homogènies derivades de l'existència de la lluita comuna contra els sarraïns. A Catalunya es tenen dades d'aquella època llunyana que parlen de l'existència de mercats a Cardona i a Barcelona. La reconquesta anava seguint el seu curs, i l'àrea sotmesa als comtes s'anà estenent cap a les comarques meridionals de Catalunya, i, paral·lelament, avançà la colonització interior així com l'enfortiment de l'economia, al qual no era estrany l'increment de les relacions econòmiques amb el món musulmà. Com a conseqüència d'aquesta evolució general, durant els segles XI i XII, els mercats s'expandiren, s'especialitzaren en dies determinats de la setmana, i pogueren ampliar el seu radi d'acció amb la generalització de l'ús de carruatges nous. Potser no seria agosarat de dir que, en aquells moments, s'inicià l'«economia del carro», que havia de durar un bon grapat de segles. Era el tercer període de l'evolució del mercat, indicat per Vilà i Valentí, en el qual hom comença a trobar, amb abundància, enfront de les escasses citacions anteriors, documents que parlen dels mercats.

Del segle IX hom troba documentació que parla de l'existència dels mercats de la Seu d'Urgell, Barcelona, Cardona, Vic i Granollers. Dels segles X i XI, hom en troba de relativa a la fundació o a l'organització dels mercats o a l'establiment de mesures, etc. Són documents que parlen de Cardona (986), Ribes de Freser (982), Palau del Rosselló (902), Sallent (1017), Montornès del Vallès (1019), Besalú (1027), Martorell (1032), Manresa (1038), Vic (1038), Vilafranca de Conflent (1075), Ix de Cerdanya (1075), Banyoles (1098), Ripoll (1087), Berga (1086), Camarasa i Girona.

Comentant aquest període, l'escriptor castellà Enrique Gallego Blanco diu: «És difícil determinar quina fou la causa i quin fou l'efecte en el renaixement del comerç que va començar el segle X. Malgrat això, els historiadors no deixen d'indicar alguns factors que van contribuir a fer possible la revolució comercial. Foren l'augment de la població, l'establiment dels viquings en territori gal, amb el seu coneixement de la navegació, la pau, encara que fos precària, que va viure el segle XI, l'estabilitat política dels estats euro-

peus, l'avanç cristià que va obligar els musulmans a abandonar els mars italians, i, per fi, les croades. Tots aquests elements contribuïren al resorgiment i creixement del comerç.

«Manifestacions de l'activitat mercantil foren el mercat i la fira. Els mercats ja començaren a aparèixer a la segona meitat del segle X, essent cosa comuna al segle onzè. (...)La fira també fou una conseqüència del renaixement de l'activitat mercantil. (...)Mentre que el mercat era de caràcter local o regional, la fira era una institució internacional, que se celebrava, com a molt, un parell de cops l'any, i a la qual acudien mercaders de professió que venien de tot arreu. (...) El període comprès entre 1100 i 1348 ha estat anomenat, amb tota justícia, un període de revolució comercial...»

Els mercats desencadenaren tot un seguit de conseqüències. Per accedir-hi hom creà rutes per als marxants, i s'establiren ponts (com el famós pont de fusta de Sant Boi, sobre el riu Llobregat, que era mantingut i conservat pel Consell de Cent barceloní), serveis de barques, postes, hostals, etc. Si, en un principi, l'existència del mercat no pressuposava l'existència d'una classe mercantil professional i individualitzada, més endavant aquesta aparegué amb tot el seu abassegador protagonisme: el mercat, precisament, fou el lloc on s'efectuà la llarga, fonda i fecunda gestació de les burgesies locals.

L'aparició d'aquesta nova classe de mercaders, junt a totes les circumstàncies descrites, féu possible la formidable aventura de la revolució comercial del segle XII i de la primera meitat del segle XIII: els mercats augmentaren en importància, i alguns d'ells abandonaren les velles ciutats feudals on havien nascut, com Ix o la Granada, i es traslladaren a les noves ciutats dels burgesos emprenedors, Puigcerdà o Vilafranca del Penedès, en l'exemple citat, que eren ciutats que acabaven d'ésser fundades o que s'havien engrandit al bell mig de llurs regions naturals. A partir del segle XIII, s'establiren nous mercats on ho demanaren les darreres onades del repoblament. Això posava de manifest la forta finalitat demogràfica continguda en la fundació d'aquests darrers mercats.

La creació d'un mercat sempre fou considerada regalia del sobirà, i, de fet, en el seu establiment mai no manca, explícitament formulat, l'acte voluntari del príncep. El mateix Decret de Nova Planta, malgrat que capgirés tota l'organització de la societat catalana, mantingué el principi que el mercat és regalia del sobirà. El nou rei Felip V ho confirmà amb la creació d'alguns mercats en determinades localitats, premiant-los, d'aquesta manera, la fidelitat que li demostraren durant la Guerra de Successió espanyola. Aquest fou el cas de Pinell del Brai, per exemple.

Convertir la fundació d'un mercat en un premi a la fidelitat demostrada al príncep en moments difícils ja s'havia vist altres vegades: en acabar la guerra dels catalans contra Joan II, per exemple, aquest monarca, entre altres privilegis atorgats a diferents localitats, concedí a Vic, que li havia estat fidel, el dret a celebrar un segon mercat local, que fou el del dimarts, que encara continua celebrant-se cada setmana.

O sigui, que mai no s'ha d'oblidar aquest aspecte polític, arbitrari i contingent que existia en l'acte que determinava l'aparició d'un mercat, aspecte polític que podia provocar una inflexió en l'evolució «natural» de la ciutat que el contenia, tant si es considera que el mercat era el resultat de l'acumulació d'excedents agrícoles que s'havien de canviar, com si s'afirma que els mercats eren provocats per intercanvis exteriors preexistents.

Tant si s'accepta la primera teoria, que és la clàssica, com si es considera que és la segona la que descriu millor la realitat dels fets, la institucionalització del mercat sempre fou un acte de sobirania política, que es limitava a reconèixer una situació objectiva preexistent. Hi ha un fet recent que confirma aquesta tendència: quan, en el segle XIX, el procés constant d'urbanització imposà la creació de mercats diaris de productes alimentaris bàsics —per a la distribució dels productes manufacturats que abans es portaven al

mercat se seguiren altres canals de venda—, foren les autoritats municipals les que els establiren i les que reglamentaren detalladament el seu funcionament, sense deixar, en cap cas, la seva creació i organització al lliure joc de les forces econòmiques, i arribà a existir, al capdavant, en totes les ciutats d'una relativa importància, una veritable selva de disposicions legals, de «policia de mercats», que regulaven minuciosament tots els seus aspectes.

## Uns factors de localització

Diu Vilà i Valentí, en el seu estudi dels mercats catalans, treball que, malgrat la trentena d'anys transcorreguts des de la seva publicació, encara és necessari consultar quan s'intenta abordar l'estudi dels mercats de Catalunya, que «dos elements condicionen, en la forma en què poden ésser-ho els fets humans, la situació del mercat: el camí i el nucli de població. El primer és fonamental, sobretot en aquests segles durant els quals les poblacions són generalment d'escassa importància, i, per tant, de poc poder atractiu per a la venda. El mercat queda situat proper a una cruïlla de camins, o senzillament tocant a una via que permet el tràfic intens. A voltes sembla que hom hagi construït el camí expressament per a ell».

Ara convé observar bé aquest primer element, ço és, el camí, tot i que, en altres parts d'aquest llibre, es parli més extensament de la seva funció comercial.

Consultant la documentació antiga, hom pot constatar que són moltes les vegades en què apareix el fet que els mercats havien començat reunint-se en despoblats, i que, precisament, el desenvolupament ulterior d'aquestes reunions periòdiques promogué la construcció dels nuclis urbans. El que s'intentava cercar, almenys en les primeres etapes d'existència dels mercats, era la facilitat d'accés: disposar de camins fressats, de cruïlles concorregudes, de llocs de concentració de ramats transhumants, etc.

Els mercats, és clar, no eren les úniques activitats econòmiques que es desenvolupaven seguint els camins, sinó que a les seves vores s'anaren instal·lant d'altres manifestacions de l'activitat humana: molins fariners, ferreries i fargues, tallers de paraires, hostals, etc., o sigui, totes aquelles activitats que componien l'economia d'aquella societat primitiva, de la qual els camins representaven els nervis que possibilitaven la continuïtat de la vida col·lectiva. La importància dels camins i de les seves cruïlles concorregudes es posa de manifest en el conegut cas d'Igualada, que s'ha citat nombroses vegades: el seu mercat va néixer en la intersecció de dues rutes importants, el camí del blat, que unia Barcelona amb les terres ponentines de Catalunya, i la via que, des de la prehistòria, posava en relació la part central de Catalunya —Bages, Cardener, Berguedà—, i les terres meridionals —Camp de Tarragona i Conca de Barberà—. Els camins es creuaven ran del gual del riu Anoia, i fou allà on va començar a reunir-se la gent per mercadejar; no fou sinó fins molt més endavant, que va néixer la ciutat d'Igualada, quan els monjos de Sant Cugat del Vallès bastiren, prop del pas del riu, una capelleta dedicada a la Mare de Déu, capelleta que ocupava l'emplaçament de l'actual església de Santa Maria, nucli inicial de la ciutat igualadina.

El mateix cas es repeteix a Sabadell. Els primitius nuclis, precursors de la capital vallesana, estaven situats a la riba esquerra del riu Ripoll o, segons alguns autors, a la primera terrassa de la seva riba dreta del riu. Però succeí que la cruïlla important dels camins es trobava a la terrassa alta del riu de la riba dreta. Tot i que eren terrenys de pitjor qualitat agrícola, els futurs sabadellencs s'hi assentaren a causa de la major accessibilitat, ja

que s'hi creuaven el camí o carrerada que, de Barcelona i la regió litoral, pujava cap al Lluçanès, passant per les Arenes i Moià, amb el camí que recorre la depressió prelitoral seguit també per la via romana. En el cas de Sabadell foren els monjos del monestir de Santa Maria de l'Estany els qui flairaren la importància del lloc i les seves possibilitats de futur, i hi bastiren una capelleta dedicada a Sant Salvador del Món. A poc a poc, es gomboldaren les cases i altres edificacions, i així va néixer el futur poble de Sabadell. «De fet, els documents parlaran primer de l'església que del mercat. Però nosaltres ens arrisquem a creure que la realitat del mercat era anterior a la de l'església, tenint en compte el caràcter immemorial dels mercats i camins, imposats, des d'èpoques remotes, per l'economia constant de les comarques. «Tant és així, que admetríem sense dificultat com a hipòtesi que en l'època romana existissin, ja, simultàniament, en el nostre terme, la mansió o estació de camí d'Arraona i el *forum* sobre el qual havia d'aixecar-se Sabadell. L'existència d'un *Forum Gallorum*, que era també mansió en terres aragoneses, dóna un cert crèdit a aquest pensar que nosaltres, però, no volem imposar a ningú.

«La tradició popular posa en els paradors els primers nuclis de població de Sabadell. Joan Montllor s'hi adhereix, fent constar, però, la influència enorme del mercat en la formació de Sabadell. Nosaltres ens hi adherim, fent constar, per la nostra banda, la possible remota existència del *forum* en erigir-se l'església de Sant Salvador.»

Malgrat que sense dificultat hom en trobaria molts d'altres, sembla que aquests dos exemples són suficients per explicar el paper determinant dels camins al moment de fixar l'emplaçament dels mercats.

Hom ha de considerar la importància de les vies de comunicació, tenint en compte els seus dos aspectes principals: el camí és un lloc *per on es passa, per on es circula*; i el camí és un lloc *per anar a* un determinat punt. Aquest punt, que podria ésser un monestir o un castell, generalment era una ciutat. És d'això que Vilà i Valentí parla, quan es refereix al segon element que condicionà la situació del mercat:

«En moltes ocasions el mercat queda situat tocant al nucli de poblament. En primer lloc és el punt cap on van els camins; a més, constitueix un enclavament de seguretat i, en alguns casos, una zona important de producció o demanda. Aquest últim aspecte ofereix un interès menys viu que en els segles venidors per falta, com dèiem, de sectors de població densa.»

Com es va veient, els mercats, en el moment de la seva creació, solien reunir-se en espais oberts.

Calgué esperar la segona meitat del segle XIX perquè els mercats deixessin de celebrar-se a la via pública, a la plaça gran porxada o en edificis porticats. El local tancat era l'excepció, i, fins i tot, ho eren els locals coberts del tipus de la Porxada de Granollers o de l'antiga Hala dels Draps de Barcelona. No es pot oblidar que el mercat de Santa Caterina de Barcelona, que fou el primer local tancat habilitat com a mercat, no obrí les seves portes fins a l'any 1842. Abans, tots els mercats es feien a l'aire lliure, tal com continuen fent la majoria dels que han arribat a l'època actual.

En totes les definicions del terme «mercado» ressalta la idea que la reunió es farà en *un lloc públic*, però no s'especifica mai quin tipus de lloc havia d'ésser: «el mercat és el lloc on s'acut, per part dels habitants dels nuclis de població més o menys immediats, a vendre els seus productes i a adquirir els que no obtenen per si mateixos». Ara bé, aquest *lloc* solia estar a la vora de la ciutat, per les raons abans assenyalades, sense oblidar, tampoc, que, en aquells temps revolts, la proximitat d'uns murs i d'unes portes que es podien barrar representava un estimable increment de la seguretat.

En els primers temps, en els segles IX i X, els mercats, generalment se celebraven fora del recinte de les ciutats i viles, perquè les edificacions de la ciutat hi estaven d'una forma tan atapeïda que amb prou feines es podia circular pels carrerons estrets. A la documentació de l'època abunden les expressions *suburbum* i *foris burgus*, quan es tracta de localitzar els mercats. Vilà cita alguns exemples: el mercat de Barcelona es reunia fora muralles, pel cantó del Portal Major, cap a l'esplanada que separava la ciutat murada i els nous ravals; Girona tenia el Mercadal a l'altra banda del riu Onyar, tot i que per les places de la ciutat vella, els dies de mercat, s'hi efectuaven totes les operacions mercantils derivades del mercat; Perpinyà convocava el seu mercat part defora les muralles, cap al pla que actualment ocupa la Llotja i l'Ajuntament; Igualada reunia el mercat davant del portal pel cantó de la Vila nova del camí; Lleida veié créixer, també, una vila nova al redós del mercat que es reunia al descampat, etcètera.

S'acaba de citar «les viles noves» medievals. Ja a partir del segle XI, fora muralles de les ciutats antigues, s'aplegaven els menestrals, mercaders, traginers, carreters, etc., que es dedicaven a les noves funcions i oficis originats pel desenvolupament de la vida urbana, i que no havien tingut cabuda en el recinte de les velles ciutats. Molt aviat, l'aplegall de cases, alfòndics, magatzems, tallers i hostals constituïren veritables noves ciutats, que hom anomenà les «viles noves». A Barcelona fou famosa la Vilanova del Mar, que s'estenia cap a Santa Maria de les Arenes o del Mar, seguint el vell camí de la platja, que unia la plaça del Blat amb l'embarcador, pel traçat que, aproximadament, avui segueix el carrer de l'Argenteria.

Algunes vegades, aquestes viles no arribaven a tenir una individualització tan marcada, encara que, això sí, constituïen ravals amb una acusada personalitat, tal com el Raval nou o Bòria de Sant Cugat, a Barcelona, que, entre la Vilanova del Mar i el Vilar de Sant Pere, s'estenia al llarg de la carretera del Vallès, travessant les hortes i les sèquies des del Mercadal de la plaça del Blat (actual plaça de l'Àngel) fins al Rec comtal. Bòria, actualment, és un topònim habitual, tant a les terres catalanes com a les llegendocianes, sempre amb el sentit de raval.

Ja des d'un principi, els productes que amb freqüència es trobaven als mercats, eren, naturalment, els productes del camp i el bestiar, les armes, la roba, l'orfebreria, les eines del camp, els productes de l'artesanía local, etc.

La funció de protecció de l'activitat mercantil que s'acaba de definir, no era exclusiva de les ciutats, sinó que també la prestaven els castells, les torres, les forces, etc. Finalment, també hi havia altres mercats que cercaven la protecció dels monestirs, que, al cap i a la fi, també eren veritables fortaleses. Camprodon, per exemple, convocava el mercat al peu dels murs del seu monestir, el de Sant Pere de Camprodon, i Monells el reunia tocant als murs del seu castell.

Quan el mercat se celebrava a l'interior de la ciutat, podia fer-ho de dues maneres: o bé concentrant-lo a una determinada plaça gran, o bé omplint tots els carrers i altres indrets avinents dins de l'aglomeració urbana. En aquest darrer cas, tota la ciutat era mercat, i així ho demostren el noms de molts carrers i places de les viles catalanes: plaça de l'oli, plaça de la llana, plaça del blat, plaça dels especiers, plaça de les cols, carrer del pes de la palla, carrer de la peixateria, etc. Els artesans plantaven les parades davant de les portes de llurs tallers, i hi exposaven mostres de la seva producció, mentre continuaven treballant a la intempèrie. Els sabaters de Vic, per citar un exemple, feien parada vora les portes de la muralla i, fins i tot, n'hi havia que la feien sota les voltes del Mercadal. Antoni Pladevall, en el seu estudi sobre els adobers de Vic, en parlar de les relacions artesà-mercat, diu:

«La majoria de les compres s'efectuaven els dilluns, sens dubte perquè els operaris poguessin treballar amb les pells o el cuir durant la setmana. No hi ha cap venda de pells efectuada els dissabtes, dia clàssic del mercat de Vic. Probablement aquest dia es reservava per vendre els productes manufacturats, reservant els dies primers de la setmana per a la compra de primeres matèries. Tal com es desprèn dels inventaris i de les vendes de l'època, bona part de les pells de cabra i de xai venudes al mercat procedien amb tota certesa de la mateixa comarca o de les comarques veïnes, on eren abundants els ramats d'aquelles espècies.»

Si, en canvi, el mercat se celebrava a la plaça, calia cercar-ne una que fos suficientment gran, i cercar, a més, un lloc ampli per estacionar-hi els carros dels pagesos comarcans mentre durés la feina al mercat. Per norma general, la plaça era quadrada i estava rodejada de porxos, almenys en alguna de les seves ales. Són ben remarcables les places porxades, que generalment s'anomenaven mercadals, de Vic, Balaguer, Falset, Torroella de Montgrí, Prades, Banyoles, Anglès, Manlleu, etcètera. Santa Pau i Besalú, en canvi, són dos exemples típics de les places que només tenien una ala porxada.

## Les comunicacions esdevingueren més fàcils

Més endavant, des de finals del segle XI, les fires i els mercats adquiriren nova importància amb la represa de l'activitat econòmica. Un dels aspectes d'aquesta represa fou el ràpid creixement dels centres urbans i la creació de noves ciutats. Catalunya, com l'Occident europeu en general, sense deixar d'ésser essencialment agrària, anava prenent una fesomia urbana.

Algunes d'aquelles noves ciutats s'aixecaren en llocs on ja se celebraven mercats concorreguts a causa de trobar-se en llocs centrals, amb facilitats d'accés o bé en cruïlles de camins fressats. A Catalunya, d'aquestes ciutats, Vilafranca del Penedès n'és un bell exemple. Allí convergeixen el camí del mar, que pel congost de Canyelles porta a la Vila nova de la marina penedesenca, el camí que de Martorell va cap a l'Arboç i Tarragona, seguint l'estrada comtal, successora de la calçada romana, i el camí que, tot passant per Sant Martí Sarroca i la Llacuna, uneix el Penedès amb Santa Coloma de Queralt i les terres interiors de Catalunya. El mercat que donà lloc a la ciutat de Vilafranca es reunia en el tossalet on s'aixecava la Torre Dela, entre la riera Gran i el torrent de l'Adoberia. Molt aviat fou tan important, que desbancà el primitiu mercat del Penedès, que s'havia celebrat a la Granada, i, tot i ésser un dels darrers mercats apareguts, ben tost esdevingué un dels més anomenats de tot Catalunya.

Pau Vila, en l'article dedicat a *Vilafranca del Penedès i el seu mercat*, assenyala que «Vilafranca figura entre les viles mercaderes de més anomenada de la nostra terra. Les transaccions que s'hi fan pugen a xifres molt fortes, variables, però, segons les temporades. Això sense comptar les vendes del vi, per a les quals s'aprofita l'avinentsa d'anar al mercat. Hom fa els tractes amb els corredors mitjançant mostra, i els pagesos cobren el primer dividendres, després d'haver entrat i analitzat el brou vínic.

«El mercat vilafranquí és, sens dubte, un dels més matiners de tot Catalunya, i encara ho era més uns quants anys enrera. Aleshores, a l'hivern, a les fosques, sota els porxos, els marxants aturaven les pageses per comprar-los els parells d'aviram, els conills o els cistells d'ous. Calgué posar-hi aturador, i ara no es comencen els tractes fins a les sis, en què es fa el senyal per toc de xiulet.»

El creixement de les ciutats catalanes les portà a jugar un paper decisiu en la política interior. Catalunya havia esdevingut una constel·lació de ciutats lliures, de la qual Barcelona era el cap. «Barcelona, tal com va dir Jaume II, com la Roma antiga per als romans, és la pàtria comuna dels catalans», i el seu paper director s'afermà encara més amb l'establiment del privilegi de carreratge i l'extensió de la jurisdicció damunt d'altres ciutats. Foren «carrers» de Barcelona més de trenta poblacions catalanes, entre les quals hom pot destacar-ne algunes que eren seu d'importants mercats que han arribat fins els temps presents: Mollet, Granollers, Martorell, Mataró, Vilassar, Tona, Igualada, etc.

Malgrat que a partir de finals del segle XVII els mercats locals veiessin perdre part de la seva puixança, perquè, amb el desenvolupament del capitalisme comercial, l'activitat econòmica començà a desenrotllar-se i a concentrar-se en alguns pocs centres privilegiats, les ciutats continuaren mantenint el seu paper dirigent. Aquella ciutat de fort predomini urbà «evolucionà en un línia que dugué, en la segona meitat del segle XVII, cap a plantejaments que són ja de caràcter burgès, inspirats pel model d'Holanda, que és en aquells moments el país que mostra el desenvolupament econòmic i social més avançat d'Europa. Les dimensions i el caràcter mercantil dels Països Baixos expliquen, ben segur, la facilitat amb què podia identificar-se el seu cas amb el de Catalunya».

Ja en aquests moments assenyalats, les ciutats amb una creixença més acusada foren les situades al llarg dels camins interiors, principalment dels que transcorren per la depressió pre-litoral o al llarg dels canals fluvials, i les de la costa, per les possibilitats que proporcionava el comerç marítim. Entre les primeres, hom pot mencionar Reus, Valls, Vilafranca del Penedès i Girona, per exemple; entre les ciutats del litoral, eren remarcables Barcelona, Tortosa, Perpinyà i Castelló d'Empúries; a la *strada francisca*, que, tot passant per Osona, portava a les terres de Tolosa del Llenguadoc, s'alçava Vic, centre dels marxants de pells, de teixits i d'espècies; en el camí que menava vers l'interior, cap als reialmes d'Aragó i de Castella, les grans poblacions-etapa eren Montblanc, Cervera i Lleida.

Totes aquestes constituïen una dotzena de grans ciutats de més de dos mil habitants (en aquells moments Barcelona en tenia prop de 35.000) que, quan a començaments del segle XV el conjunt de Catalunya tot just arribava a una densitat de població de deu habitants per quilòmetre quadrat, excel·lien considerablement, i en les quals, de bona hora, començaren a reunir-se els mercats capdavanters del reialme.

En un altre indret ja s'ha parlat de la importància dels camins en l'aparició de mercats i fires. Si ara es remarca el fet de l'emplaçament dels grans centres ran de les vies principals, és per posar més en relleu el que s'ha dit abans referent al paper de Catalunya com a lloc de pas. Des dels orígens de Catalunya, aquesta situació jugà un paper importantíssim: Catalunya era el camí natural de relació entre l'Europa d'occident i Al Andalus, ja sigui pel camí que unia Narbona i el País Valencià, ja sigui pel de l'interior, que venia per Saragossa i Lleida, i anava cap a la vall del Roine tot passant per Narbona. Potser contemplant el recorregut d'aquestes vies, hom podrà comprendre l'existència de nombrosos mercats i la localització de les aljames més notables de Catalunya a Girona, a Barcelona, a Montblanc, a Santa Coloma de Queralt, etc., en pensar que els jueus, en aquells temps, eren els principals directors, controladors o finançadors del comerç català.

El fet que existissin camins favorables, i que llur traçat fos imposat tot sovint per condicionants físics, no vol dir que la circulació hi fos fàcil. Ja s'ha parlat de l'existència dels congostos i les gorges, però de totes maneres no serà sobrer de recordar-ne i citar-ne alguns dels que necessàriament calia travessar per freqüentar mercats assenyalats. El pas d'Escales i el de la Pertusa de Mont-rebei, a la Noguera Ribagorçana, pel camí del Pont



de Suert, Vilaller i Vielha; el pas de Terradets i el de Collegats, a la Noguera Pallaresa, pel camí de Balaguer a Tremp, la Pobla de Segur i Sort; la clusa de Bassella, el pas de Castell-llebre, el de Trespunts i el de Pont de Bar, pel camí d'Organyà, la Seu d'Urgell, Bellver de Cerdanya i Puigcerdà; el Congost, a la via Ausa, camí de Vic, i el pas del Purgatori, entre aquesta ciutat i Sant Quirze de Besora; el congost de Capellades, a l'Anoia, en el camí del blat; l'estret del Cairat, al Llobregat, prop de Monistrol; el pas de l'Ase i l'estret de Benifallet, a l'Ebre; el congost de Picamoixons i la Riba, en el camí vell de Tarragona a Montblanc, etc, etc.

Però no eren només les gorges les causants de les dificultats, i a l'estreitor de les valls calia afegir l'atapeïda boscúria que cobria les planes. De Girona a Hostalric i a la Roca del Vallès, pel camí de França, no es deixava ni un moment el bosc espès, i, pels perills que això comportava per a la circulació, s'aixecaren castells situats en posicions estratègiques, masies fortificades a les clarianes dels boscos i petits pobles-etapa que servien de refugi i de protecció. Estava cobert de boscos un bon tros de Catalunya: les alzines i les maleses cobrien comarques com la Conca de Barberà, el Camp de Tarragona i bona part de la Conca d'Òdena, i, ja no caldria dir-ho, les Guillerries, el Lluçanès i amplis sectors del Ripollès, del Berguedà, dels Solsonès i de Bages.

La destrucció dels boscos, com ja s'ha explicat en capítols anteriors d'aquest mateix llibre, s'havia iniciat amb els artigatges de l'Alta Edat Mitjana, en els moments del repoblament, i fins ben entrats els temps moderns continuà essent la pràctica general. Tanmateix, l'espessor de la boscúria representà un poderós obstacle a les comunicacions intracatalanes, i contribuï a l'aïllament de moltes comarques, en dificultar-ne l'accessibilitat.

Cal, doncs, retenir ben clara una idea: l'aparició, la continuïtat i l'expansió dels mercats i de les fires foren propiciades, en una bona part, per l'existència de comunicacions difícils entre les comarques. Per això no és estrany que la minvada de la importància dels mercats s'iniciés al moment en què els transports començaren a esdevenir més fàcils. El fet de poder comptar amb transports més ràpids i segurs, en un principi féu que l'àrea d'influència dels mercats s'estengués d'allò més, i va semblar que assolissin un reguany de la seva importància econòmica. Però, més endavant — els fets humans mai no són simples, sinó que es presenten complexos i contradictoris —, el mateix perfeccionament dels transports contribuï a accelerar la davallada econòmica dels mercats, aspecte que assolí proporcions considerables, en els temps més recents, quan l'abundància de mitjans de comunicació, tant col·lectius com individuals, possibilità la marxa dels habitants de les comarques més pobres, ja sia a establir-se als centres industrials del país, ja sia només a assistir a d'altres mercats més llunyans, situats a les terres planes, però més importants que els propis.

## L'auge que ha arribat fins a temps molt recents

Parlant de les concentracions mercaderes, Josep Iglésies, cap allà l'any 1960, va escriure, a la *Geografia de Catalunya*, que «Avui, malgrat la complexitat de la vida moderna, els mercats rurals subsisteixen en tot llur vigor i, en la llur majoria, no són res més que una prolongació ininterrompuda dels que sorgiren fa un miler d'anys en prendre Catalunya la seva carta de naturalesa. Actualment hi ha un centenar de poblacions a les quals pot ésser reconeguda la celebració d'un mercat setmanal. Però no tots aquest mercats tenen la mateixa importància».

En primer lloc, es troben aquells mercats que estenen la seva influència més enllà de la pròpia comarca, i es converteixen en centres ordenadors de l'economia d'uns espais més grans. Poden considerar-se d'aquest tipus: el mercat de Reus, mercat essencial del Baix Camp, però que avui rep, a més, les poblacions de la Conca de Barberà, del Priorat, de la Ribera d'Ebre i de la Terra Alta. El mercat de Lleida, que estén la seva influència més enllà del Segrià, i abraça les terres de la Llitera, del Baix Cinca, de l'Urgell i de les Garrigues. És un mercat supraregional, que es reuneix el dilluns i el dimarts de cada setmana, i del qual es tenen dades ja en el segle XII. El mercat de Vic, on es troba gent procedent del Ripollès, de la Cerdanya, del Vallès i del Berguedà; se celebra els dimarts i, sobretot, el dissabte. El mercat de Girona, que estén la seva influència des del Maresme a les trencades garrotxes de la muntanya d'Olot, i complementa la ciutat de botiguers i de serveis, omplint places i carrers, que desborden l'antic Mercadal: places del Raïm, del Vi, del Gra, de les Castanyes, carrers dels Abeuradors, de les Ferreries Velles, de la Neu, de les Pescateries Velles, etc. El mercat de Tortosa, l'àrea d'influència del qual inclou, fins i tot, les terres de la plana de Castelló. Els mercats de Vilafranca, de Figueres, de Granollers, etc.

Els termes amb què Pau Vila descriu el mercat de Granollers podrien aplicar-se a qual-sevol dels mercats indicats. Diu:

«L'indret era avinent, per bé que no massa. De tota manera sabé atreure els uns i els altres. La faldada montsenyenca, fertillíssima, li abocà tots els seus esplets; bordes i masades medievals li aportaren el bestiar de corrals i estables. Atrets per l'abundor de productes, els compradors forans hi cercaven llurs afers. Els pobles vallesans fins a la ratlla del Ripoll, i àdhuc els fronterers de la Selva, així com els de la Marina, i encara els de la Plana de Vic, tots hi acudiren per comprar o vendre. Però la seva parroquiana més ferma fou sempre la capital, que agraïda, un dia l'honorà amb el títol, molt cobejat en aquell temps, de «carrer de Barcelona» (...). El matí dels dijous granollerins és un matí de festa, però de festa a la vella manera: es treballa, es fan tractes, la gent es relaciona, els joves festegen, i les mestresses es firen. Avaluat en metàl·lic la valor de les transaccions és poc menys que impossible: només se'n pot treure la impressió que s'hi fan bons negocis perquè compradors i venedors se'n tornen contents, vers migdia, cap a llurs cases, cap a llurs pobles: només els qui no han clos afers i els gormands no es mouen i s'entaulen als bons hostals granollerins, on fins el que no té gana menja. Cada mercat granollerí és com una festa major vallesana.»

Al mercat de Granollers del qual es tenen dades documentades de l'any 1040, es compren i venen animals de granja, porcs, bestiar gros, grans, vi, llegums, patates, fruita, hortalisses, planters, maquinària agrícola, etc. Més del 30% de la població activa granollerina viu del comerç i dels serveis terciaris.

Potser és interessant transcriure una altra descripció d'un mercat d'àmbit supracomarcal: el de Figueres, que se celebra el dijous de cada setmana. La descripció és deguda a Pere Coromines.

«De la mar, del pla i de la muntanya, tots els camins hi porten, a Figueres, gràcia de l'Empordà, com en el cos de l'home totes les venes van i vénen del cor. Així mateix, d'Olot a Roses, de Girona a la Jonquera, per les seves àmplies carreteres i per un munt d'altres d'accèsòries, que porten del Puig de Bassegoda a Cap de Creus, la vida empordanesa creua els seus carrers, cercant la dignificació de la seva existència, vivint al seu redós unes hores de ciutadania i recollint llavors per a la sembra de la terra i esperances per al florir de la seva ànima. La resplendor de l'esperit empordanès concentrat a Figue-

res, i que s'ofereix generós a la comarca per mitjà dels seus mercats, l'ha feta la ciutat franca, oberta i noblement acollidora que avui podem admirar.»

Cal retornar a les paraules d'Iglésies «però no tots aquests mercats tenen la mateixa importància», i assenyalar que, en segon lloc, es troben els mercats purament comarcals, aquells que actuen com a centre ordenador del propi espai comarcal i que subministren als seus pobles els serveis i els productes que no trobarien en ells mateixos o en la seva immediata rodalia. Mercats d'aquest tipus són els de Berga, de la Bisbal, de Balaguer, d'Olot, de la Seu, d'Igualada, de Tàrraga, de Valls, etc.

Baldiri Ferrer va escriure els mots següents, dedicats al mercat de la Bisbal: «Per atènyer la capitalitat, a la Bisbal li han estat necessàries, en un país bàsicament de riquesa agrícola, dues coses: la primera i més important, el manteniment d'un mercat setmanal que congregava cada divendres una gran quantitat de pagesos amb les seves mercaderies. Aquest mercat va tenir el seu punt dolç en els períodes de lliure canvi del segle passat coincidint amb el poc desenvolupament de les comunicacions, la qual cosa convertia el fet d'anar a mercat en un esdeveniment setmanal d'importància capital per a l'estament pagès, que trobava en la visita al mercat l'única sortida als seus productes i alhora l'ocasió de comprar els articles més divergents, necessaris i estranys que necessitava. Per satisfer les necessitats de l'home pagès es va formar a dins de la part vella de la Bisbal un barri de botiguers i artesans. Aquests estaments arrossegaven una vida somorta tota la setmana ficats a la botigueta, fins que arribava el dia de mercat, que obrien de bat a bat les portes i plaçaven els seus productes al carrer, penjats o apilonats, a la vista de tothom. Com a ciutat que bàsicament i primordialment ha viscut del mercat, és a dir, de cobrir les necessitats de canvi de l'estament rural i de satisfer els seus capricis, la Bisbal ha posseït la institució que de molt temps ha plagut més a la pagesia: el jutjat comarcal — la segona cosa necessària per a una ciutat.»

Olot, una altra d'aquestes ciutats amb mercat d'àmbit comarcal, celebra el mercat cada dilluns. El que celebra cada primer dilluns de mes és molt més important i té la categoria de fira. «Els pagesos de la rodalia — escriu Carles Pi i Sunyer — aprofiten el dia de mercat no sols per a les compres i vendes, sinó també per trobar-se amb els amics d'altres pobles, de manera que la funció econòmica contribueix a intensificar les relacions i, per tant, a enfortir la solidaritat.»

En un text més antic i més carregat d'intenció literària, és clar, Joan Santamaria descriu l'anada al mercat d'Olot. Diu:

«He trobat tot baixant aquesta colla de pagesos que van a Olot a vendre quatre caramedes. Guaitheu: una almosta de nespres, un quartà de cigrons, un rastrell de granotes espatllades, un formatge d'ovelles, un tupí de mel, un mussol viu i una coixinereta d'avellanes grenyals. Tot plegat no val tres xavos, però ells van a mercat a fer negoci, a xalar-se unes hores, a fugir de la dona, a veure món, a saber coses i a tastar l'aiguardent del celler del Barrusca (...). Trobo que aquesta gent, tan emborrassada com va al bat del sol roent i sota els flams infernals de la canícula, no sua gota. Ca! Són eixuts com una ascla de figuera. Marxen satisfets i embotornats, vermells com uns cirerols, però més garlaires que setze, fumant i escopint, i sense esma de descordar-se l'armilla i de treure's el gec i penjar-se'l a la musclera.»

L'àmbit d'una altra colla de mercats ja és més reduït i, tot sovint, ni arriben a cobrir les necessitats de la seva comarca. Alguns d'ells, temps passats, havien estat mercats comarcals, però algunes de les seves activitats han quedat absorbides pels mercats més propers, i ara estan limitats al servei de rodalies més o menys grans, però són de contingut funcional més limitat. Es poden citar, entre aquests mercats, el de Ripoll, que se celebra

els diumenges, el de Sort, que es fa el dimarts, el de Solsona, que se celebra dos dies la setmana, el de Banyoles, cada dimecres, la Pobla de Segur, Vielha, el Vendrell, Puigcerdà, etc.

Sense voler establir fronteres encarcarades i immòbils entre les categories de mercats, potser hom en pot definir uns altres, d'àmbit geogràfic i funcional més reduït, que són centre de rodalies menys articulades, i que potser mai no han tingut un gran poder d'irradiació. Hom pot citar: Calaf, mercat de cereals i de contractació ramadera, establert de temps llunyà pels vescomtes de Cardona. Mollerussa, nou mercat, de tipus secundari, esdevingut el centre de serveis dels pobles veïns, relacionats per causa de l'explotació comuna del canal d'Urgell. Camprodon, que celebra el mercat el diumenge per privilegi concedit el 1118 pel comte Ramon Berenguer el Gran. Besalú, que celebra el mercat el dimarts i el diumenge de cada setmana, a part d'algunes fires força importants. Artesa de Segre, amb una àrea d'irradiació que comprèn uns deu municipis, i que havia estat un dels centres de contractació de la seda fins a mitjan segle XIX. Santa Coloma de Queralt, centre del comerç del safrà, i seu d'una de les aljames més importants de Catalunya. Ponts, Cardona, celebrats el diumenge; Montblanc, el dimarts i el divendres; Móra d'Ebre, que es reuneix el dia dos de cada mes; el Pont de Suert, Manlleu, que celebra el mercat a l'espaiosa plaça de Bernardí, una bonica plaça porxada, de les més espaioses que es coneixen a Catalunya, situada a Baix Vila, i on es reuneixen els comarcans des de finals del segle XIII, etc.

Finalment, hi ha una munió de mercats locals, la llista des quals seria llarguíssima, i la seva descripció, per reiterativa, podria resultar enutjosa. D'ells es pot dir el que s'ha dit en parlar de la categoria anterior: que no és possible d'establir fronteres entre els tipus de mercat. Hi ha mercats locals que estenen la seva influència en rodalies menors. D'altres a penes tenen importància llevat de les operacions efectuades pels mateixos habitants de les viles o poblets on es reuneixen.

## **De les botigues i de noves formes de venda**

Possiblement, hom podria assenyalar un nou moment de màxima plenitud dels mercats catalans, aprofitant unes circumstàncies històrico-econòmiques mundials, en la dècada dels anys vint d'aquest segle, tot reconeixent que, en aquest cas, també, voler generalitzar resulta força aventurat, ja que l'evolució de cada mercat estava sotmesa a ritmes diferents imposats pels peculiars modes d'ésser dels espais que els circumdaven: del seu nivell tècnic, de la seva especial organització social, del propi dret vigent en la comarca i del pes de la correspondent pràctica consuetudinària.

Ja s'ha vist abans que els canvis experimentats obeïen a dues causes principals: l'augment de la densitat de la població i la transformació dels sistemes de transports. En un primer moment, la més gran densitat de població provocà, com a conseqüència de l'augment de la demanda, l'engrandiment dels mercats, i com que es vivien els darrers anys de l'«economia del carro» i eren difícils els desplaçaments a centres allunyats, la major demanda de productes provocà, tal com s'acaba de dir, que els mercats ampliessin el seu ventall de possibilitats i, a l'ensens, que haguessin d'augmentar el nombre de dies en què se celebressin.

Ara bé, la densificació de la població féu que la demanda també s'hagués de diversificar, en no ésser suficient l'oferta tradicional, tal com s'havia fet fins aleshores.

Tot aquest procés, aproximadament pels mateixos anys, s'efectuava a tot arreu. Brian Berry ho descriu així:

«Aquests són els canvis produïts pels canvis en la densitat de població: d'antuvi, s'estableixen nous mercats i augmenta la grandària dels ja existents; després, els mercats continuen creixent, però els més grans afegeixen noves dates al seu calendari de reunions periòdiques, dins del marc d'un determinat conjunt de centres; finalment, els mercats s'estabilitzen i la periodicitat desapareix, amb l'excepció potser de la periodicitat sobre una base diària. Els ulteriors increments de la densitat de població produeixen un augment en el nombre de centres de mercat permanents i una disminució de la separació entre ells. Augmenta el volum total del comerç, com també el nombre d'hores de mercat per setmana. Les empreses permanents reemplacen les mòbils i s'amplia el grau i l'àmbit de l'especialització econòmica».

Val la pena llegir aquestes pàgines que Berry dedica a l'evolució dels mercats setmanals, perquè poden aplicar-se les seves afirmacions al cas concret de Catalunya.

A tot estirar, en un principi, els petits mercats comarcals es reuneixen dos cops per setmana. Fora dels dies de mercat, la ciutat o vila torna a una vida somorta i sense estrèpit, i no hi ha, tampoc, botigues permanents: potser només resta oberta «la tenda» on es troba «tot» el que és indispensable i del qual no se'n pot ajornar l'adquisició esperant el dia de mercat. Aquest dia els venedors es reuneixen a les places i carrers porticats, i allí ofereixen els seus productes, dels quals, en general, han estat els productors, ja que, amb tota evidència, més de les tres quartes parts dels venedors són camperols que venen directament els fruits de la terra i, moltes vegades, els que són elaborats a les seves masies: formatges, mel, estris de fusta o de cuir, etc.

Ara bé, cada dia ha anat en augment el nombre de comerços permanents regentats no per productors directes, sinó per intermediaris, que tenen la botiga oberta tota la setmana, encara que el dia tradicional de mercat vegin augmentar considerablement el volum de les seves vendes. L'aparició i l'arrelament de les botigues especialitzades i permanents han produït el fenomen conegut com a «estabilitat dels llocs centrals», fet que, al seu torn, ha contribuït, des dels seus inicis, a la debilitació dels mercats menors, de rodalia.

A mesura que la civilització ha anat perfeccionant els mitjans de comunicació i que la xarxa financera ha arribat fins als racons més perduts de Catalunya, els mercats i les fires han hagut de transformar-se, si no volien morir. Els comerciants, molt sovint, ja no van ni a les fires ni als mercats. Els mateixos pagesos, amb el telèfon a casa, no hi van regularment. Les transaccions monetàries es fan a les agències que els bancs instal·len pertot. Es compra i es ven per comandes i ordres donades a distància. El comerç més important es localitza en els centres més grans, entre els quals «a tots els moments de l'any i en totes direccions, circulen els individus, les mostres dels productes, i els corrents ininterromputs de béns».

Moltes vegades, les antigues places amb porxos, on se celebraven tradicionalment els mercats, han perdut la seva condició de centres de negocis, i les botigues i comerços especialitzats s'han traslladat a d'altres punts de les ciutats: als afores, on és més fàcil desplaçar-se i estacionar prop de vies de comunicació més concorregudes, a carrers de pas obligat, a vies urbanes més amples, on sigui possible moure's folgadamente, etc.

A Vic, per exemple, s'assistí, primerament, al desplaçament de bona part de les activitats mercantils del Mercadal cap a la plaça dels Porcs (o dels Màrtirs), al voltant de la qual començaren a instal·lar-se diversos serveis auxiliars fixos, entre els quals cal citar la Cooperativa de criadors de porcs, que proporciona dades rebudes diàriament d'escor-

xadors i frigorífics de tot Espanya. Més endavant, fou als carrers del voltant del Mercadal i de les Rambles (del Carme, de les Davallades, etc.), on s'instal·laren els comerços i les oficines estables: gestories, assessories, assegurances, serveis mèdics, agències bancàries, etc. Només cal veure la densitat de serveis existents als carrers de Manlleu, de Gurb, de la Fusina, de Verdaguer, d'Argenters, etc. El que passa a Vic es repetí a qualsevulla altra ciutat catalana. En totes elles, les botigues estan obertes tota la setmana, i els pagesos, més deslligats de les servituds d'una agricultura arcaica, les visiten amb molta més assiduitat que abans, tot i que, quan s'ha generalitzat l'ús de vehicles propis més ràpids, moltes vegades passen de llarg dels centres tradicionals, i es dirigeixen directament a vendre i a comprar a centres més allunyats, però de rang superior. Diu Berry:

«El procés tradicional s'invertí. Els canvis de tipus tradicional tenien l'efecte d'augmentar el nombre de centres (de mercat), reduir les àrees assortides i facilitar el creixement dels centres inferiors, en traslladar-se les funcions pel sistema jeràrquic en sentit descendent. Els canvis moderns, al contrari, feren disminuir el nombre de centres, incrementaren la grandària de les àrees comercials, i empenyeren les funcions en sentit ascendent per l'escala jeràrquica.»

No resulta difícil comprendre que els comerços que destaquen són els del ram de l'alimentació, en els quals la demanda és constant, creixent i cada dia més diversificada. Dintre d'aquest ram sobresurten les carnisseries, les cansaladeries i les botigues de queviures generals, encara que, a partir de la segona meitat de la dècada dels seixanta, s'observa un procés de concentració que fa disminuir la xifra absoluta de les botigues d'aquest ram, malgrat que llurs xifres de negocis vagin augmentant cada dia. Avui la tendència és la concentració d'establiments del mateix ram, a fi de fer el negoci més rendible, i es va fugint de la «tenda de tot» a què abans s'ha fet referència, disminuint, també, moltes de les botigues relacionades amb la producció agrària, ja que aquesta arriba als mercats, cada vegada més, a través de canals generals de distribució.

Potser el segon gran grup de botigues de les ciutats mercaderes el forneix el ram tèxtil: camiseries, gèneres de punt, moda femenina, confecció, etc. La botiga de «vetes-i-fils» deixa el pas a l'especialització, la modista casolana deixa pas al *prêt a porter*, i de tot això en resulta, és clar, una uniformització del vestit.

Voler fer una relació dels tipus de botigues que han anat apareixent a les ciutats comarcals no tindria cap interès, perquè s'hauria de fer la llista de tot el ventall general que ofereix l'evolució socio-econòmica de la societat catalana.

Si moltes vegades s'ha dit que les capitals comarcals són veritables centres comercials, s'ha de comprendre que figuri en els seus censos un percentatge força elevat de persones dedicades al sector terciari. D'aquí que hom hagi pogut parlar de la «terciarització del món rural català», on és evident el creixement, tant quantitatiu com qualitatiu, de les botigues i del personal que les serveix.

Habitualment, el botiguer continua essent propietari i venedor, i estableix, molt sovint, el comerç a la part baixa de l'edifici on viu, que també és de la seva propietat. El «minifundisme comercial català» també és palès a les viles comarcanes, on predomina l'establiment de tipus familiar. A aquesta organització comercial, com es veurà tot seguit, s'hi ha incorporat, com un cos estrany, el gran comerç de tipus marcadament capitalista: auto-serveis, xarxes de distribució general, supermercats i hipers.

Davant d'aquesta irrupció i de les perspectives de canvi i d'evolució que anuncia, l'estructura comercial de les ciutats de comarques haurà de canviar ràpidament, si no es vol veure enderrocada a conseqüència de la ventada. Ja hi ha hagut intents d'organitzar la capacitat del botiguer a fi que pugui resistir les dificultats que s'anuncien, i s'ha inten-

tat l'agrupació de molts comerços, per branques, per poder fer front a la racionalització actual. Si això s'assoleix, ell en sortirà beneficiat en el context de les estratègies comercials: cadenes comercials, comerciants a l'engròs, etc.

## Les xarxes comercials d'àmbit general

Les xarxes de distribució de productes alimentaris aparegueren a Catalunya a començaments de la dècada dels anys seixanta, i foren resultat del moviment expansiu de les firmes estrangeres que ja es dedicaven a aquest ram, i que s'introduïren al nostre país al moment de la liberalització de les inversions estrangeres promoguda pel govern espanyol en aquells anys.

Hom pot assenyalar dos tipus d'intervenció: les xarxes pròpiament dites, que mantenen l'aparent independència de les botigues associades, i els grans magatzems, exponents de la hiperització del comerç a la menuda a tota l'Europa capitalista.

El primer tipus fou, doncs, el primer pas cap a la concentració del sector de la venda de productes alimentaris, que, a la llarga, ha facilitat l'establiment de les gegantines organitzacions que componen el segon tipus indicat. Les cadenes fan de magatzemistes i actuen d'acord amb els diferents proveïdors, fixant els preus, els tipus d'envàs, les ofertes i la seva variació, etc. Com que adquireixen articles als grans proveïdors amb considerables facilitats eonòmiques, i, en canvi, la venda d'aquests articles als seus associats no s'efectua a preus gaire diferents dels habituals, realitzen estimables beneficis que converteixen aquestes cadenes en potències financeres gens menyspreables.

En la seva organització, aquestes xarxes s'adaptaren a la divisió provincial oficial, i la seu dels seus locals socials i dels seus magatzems o centres de distribució foren les capitals de les províncies. Per això, com que no es tingué en compte l'existència de les comarques ni la de les seves capitals, —que, com tantes vegades s'ha dit, són quasi sempre els mercats—, l'aparició de les cadenes de distribució no afavorí gens ni mica els mercats existents, ans al contrari, representà un element de desorganització i de distorsió de l'organització comercial tradicional catalana, accentuant, molt sovint, els trets de decadència de molts mercats. A mesura que la complexitat de la xarxa i l'increment de les operacions comercials ho requeriren, s'anaren instal·lant sucursals en altres ciutats, sense tenir en compte, tampoc, cap divisió comarcal.

A més, hom es trobà amb el fet que les centrals, radicades a Barcelona, n'anaren marxant a causa, principalment, de les dificultats per trobar espai i per moure's a causa de la complexitat del transport i de la densificació de la sobresaturada àrea barcelonina. Això portà al repartiment dels centres de distribució per Catalunya, existint ja, actualment, delegacions de la totalitat de les xarxes que operen a Catalunya, a les ciutats de Figueres, Manresa, Reus, Granollers, etc., havent seguit, per a l'establiment d'aquestes delegacions, sucursals o agències, criteris funcionals i no territorials: facilitat de comunicacions, amplis espais per a instal·lar-hi magatzems, proximitat a centres permanents o periòdics de gran consum (nuclis industrials, turístics, d'esbarjo, etc).

Aquesta organització territorial i el fet que la majoria de les cadenes són estrangeres i els seus centres de direcció i de possible obtenció de dades resten allunyats de Catalunya, fan que sigui difícil saber fins a quin punt algun organisme central català, o resident a Catalunya, controla els centres radicats a les diferents comarques, i quina ha estat la incidència de les xarxes al conjunt de l'economia catalana i a l'evolució dels mercats.

Només es pot assegurar que, sobretot a les localitats allunyades dels grans centres, on no es deixa sentir d'una manera tan intensa la ferotge competència que els hipermercats avui fan a les xarxes alimentàries, l'existència d'aquestes xarxes hi és encara ben evident.

Les firmes que es troben més correntment per Catalunya són Spar, Vegé, Iga, Makro, Cemasco, etc., encara que actualment hi ha una tendència a la reducció del nombre de xarxes i grups, i, per altra banda, s'observa l'aplegament d'esforços per aconseguir més beneficis.

Aquestes cadenes que, tal com s'ha dit, estan trobant una competència molt gran per part dels hipermercats, es prenen els clients les unes a les altres. Tot i això, tenen uns trets d'organització comuns que s'analitzen a continuació.

Les cadenes fan de magatzemistes, i actuen d'acord amb els diferents proveïdors. D'aquesta manera, regulen els preus de venda. És el sistema més corrent, encara que també existeixen les que donen una llista dels seus associats a totes les firmes subministradores de manera que aquestes puguin proveir directament els associats. La facturació es fa en un sol document a final de mes, la xarxa fa el pagament als proveïdors, i cobra d'ells un cert percentatge en concepte de gestions de cobrança, i als associats els cobra unes determinades quotes pels serveis que els presta. Aquest darrer sistema és el preferit per moltes de les cadenes que operen a Catalunya, perquè, amb ell, no han de disposar de magatzems.

Al costat de cadenes d'aquest tipus, que són realment importants i que treballen i abasten diverses comarques, hi ha grups de petita importància, localitzats en una sola ciutat, formats per botiguers que s'han associat voluntàriament per tal d'aconseguir més descomptes. Cal assenyalar que aquest darrer és un tipus d'associació que té tendència a desaparèixer.

Gairebé coetàniament a la creació d'aquestes xarxes d'alimentació, aparegueren a Catalunya els primers supermercats d'importància. Aquests altres centres aconseguixen els mateixos descomptes que les cadenes d'alimentació, amb les quals han arribat a treballar alguna vegada.

Tot això fa que es comenci a observar una certa modificació dels costums de compra amb l'aparició de nous centres comercials establerts amb criteris racionals de localització, amb una tendència a la desaparició del petit comerç de detallistes, sobretot en les àrees urbanes amb població suficient per fer rendables aquells establiments, i en les àrees rurals amb una certa densitat de població.

En el procés que ha portat a l'establiment de les cadenes, hi ha implicats tota mena de productes: productes alimentaris peribles, envasats, de perfumeria, de papereria, de neteja, etc. A les àrees rurals, com és natural, aquestes cadenes subministren, especialment, aquells productes que no es cullen a la regió.

A Catalunya, sense tenir en compte petits grups de tipus familiar, potser existeixen de vint a vint-i-cinc cadenes d'alimentació. Tal com s'ha dit, algunes d'elles assagen una política d'entesa, sobretot a la perifèria de les grans ciutats on, en un radi que pot arribar fins a vint o trenta quilòmetres, proliferen els gegants hipermercats.

Catalunya està, tal com ha passat als principals països europeus, en un procés de transformació dels sistemes de distribució, essent-ne la primera víctima manifesta l'organització tradicional dels mercats comarcals d'un dia la setmana.



## Els grans centres supracomaricals

Tot sovint, al llarg d'aquest llibre, s'ha parlat de la jerarquia dels mercats, i s'ha dit que la principal característica n'és la seva centralitat geogràfica. Els concurrents al mercat hi van amb regularitat, i per això han establert, al llarg dels segles, emplaçaments fàcilment accessibles, on sigui possible anar amb un mínim d'esforç per tal d'efectuar-hi les transaccions comercials.

S'ha dit, també, que aquest lloc central ha d'ésser un centre on, des de qualsevol punt de la seva àrea d'atracció, es pugui anar i tornar en menys d'una jornada, podent-se evitart, així, la tranuicitació fora de casa.

En el llibre, tantes vegades citat, de Berry, en tractar d'aquesta jerarquia dels mercats, es diu:

«Tot i això, els desplaçaments dels consumidors al mercat ofereixen certa varietat. Per obtenir els articles que necessiten amb freqüència, no es volen desplaçar si no és a distàncies petites. Les compres menys freqüents es poden retardar, ben sovint, de manera que amb un únic viatge més llarg es puguin realitzar diverses coses — no només referides a les compres, sinó també a la vida social, les diversions, l'activitat política, etc. Així, doncs, per a activitats diferents la centralitat té sentit a una escala diferent; en qualsevol àrea geogràfica existirà, doncs, una *varietat d'espais centrals*. Els comerciants establerts en alguns d'ells podran atreure consumidors amb certa freqüència, però només a petites distàncies. Altres emplaçaments estaran en condicions de subministrar una varietat més gran de béns a àrees més extenses. Els agrupaments d'activitats en aquests emplaçaments varien amb la grandària dels centres urbans en els quals radiquen els mercats.»

Ja s'ha dit repetidament, també, que a Catalunya la història ha establert d'una manera ben clara aquesta jerarquia de llocs centrals de que parla Brian Berry, i, no gaires pàgines més amunt, s'ha assenyalat quins eren els seus integrants. Soler i Riber, en analitzar els resultats de l'enquesta efectuada l'any 1931 per la Ponència de la Divisió Territorial de Catalunya, deia que es poden identificar dotze graus o graons en la jerarquia dels mercats: mercat local, mercat subrodal, mercat rodal menor, mercat rodal mitjà, mercat rodal major, mercat comarcal menor, mercat comarcal mitjà, mercat comarcal major, mercat supracomarcal, mercat subregional, mercat regional i mercat supraregional.

Potser aquesta llista es podria resumir, suprimint petites diferències de matís, i hom podria dir que els mercats catalans poden ésser: mercats locals, mercats de rodalia, mercats subcomarcals, mercats comarcals i mercats supracomaricals.

A més, és clar, hom no pot oblidar la presència del mercat metropolità de Barcelona.

Hom pot fornir alguns exemples de cadascuna de les categories indicades:

Mercats locals: Amer, l'Arboç, Piera, Llançà, Martinet, Pinell de Brai, Vilada, Begur, etc.

Mercats de rodalia: Pont de Suert, Sant Llorenç de Morunys, Capellades, Calaf, Gironella, Prats de Lluçanès, Sant Vicenç de Castellet, Cardona, etc.

Mercats subcomarcals: Sant Sadurní d'Anoia, Organyà, Ponts, Sant Celoni, Moià, Bellver de Cerdanya, Manlleu, l'Espluga de Francolí, Martorell, etc.

Mercats comarcals: Amposta, Igualada, la Bisbal, Figueres, Balaguer, Berga, Vielha, etc.

Mercats supracomaricals: Vic, Manresa, Reus, Tortosa, Lleida, Girona, etcètera.

## Cloenda

Els mercats i les fires són, doncs, unes institucions mil·lenàries, que han travessat, amb més o menys gallardia i eficàcia unes vegades que altres, aquest llarg espai de temps, sempre amb el sustentacle de l'interès econòmic i comercial.

La perduració dels mercats i de les fires en tan diverses situacions històriques com s'han esdevingut al llarg de deu segles, durant els quals han continuat presidint l'evolució i el desenvolupament de la vida econòmica, són mostra de l'arrelament d'ambdues institucions dins l'economia catalana.

Però, abans i ara, hi ha hagut un element que, tant com aquell interès econòmic i comercial, ha contribuït al manteniment de les fires i dels mercats. Aquest element, sens dubte, ha estat la necessitat que sempre ha sentit l'home del contacte directe amb els altres homes, del contacte personal, del fugir de la soledat immensa que suposa la mecanització, la uniformitat i l'anonimat a què tendeixen, sempre, les relacions comercials. No hi ha dubte que aquesta tendència s'ha vist accentuada en els darrers temps, sota l'influx d'uns corrents que cerquen desmesuradament l'increment de l'eficàcia i dels rendiments econòmics.

Ara bé, avui, potser més que mai, els mercats i les fires es mantenen, no solament a Catalunya, sinó a totes les latituds i en tots els sistemes econòmics, per aquests inefables ressorts psicològics que fan que l'home busqui sempre l'home, que l'home es reisteixi a perdre el seu poder de personalització.

Nota: aquests escrits són extrets del llibre de Lluís CASASSAS, *Fires i mercats a Catalunya* (1978). Edicions 62, fotogs. de Jordi Gumí. ISBN 84-297-1443-X, 282 pàgines.