

El comerç. Cinquanta anys de canvi al barri vell de Berga

Martí Picas, Oriol Tuson i Jordi Boixader

El barri vell de Berga, com molts altres nuclis antics de poblacions catalanes i europees, ha viscut una transformació profunda al llarg de les darreres dècades. Aquest canvi té diferents signes: trobem llocs en què ha estat una dinàmica de modernització continuada; en altres ocasions s'assisteix a una degradació difícilment reversible; i, evidentment, existeixen els casos de recuperació exitosos. En la majoria d'experiències el comerç ocupa un paper central.

En les pàgines següents es mostra la dinàmica del comerç a l'eix principal de la ciutat històrica en dos moments del temps separats, els anys seixanta en què el carrer Major és el centre de la vida de Berga, amb una gran vitalitat comercial, i el present caracteritzat per la baixada de persianes. Més que dels models de negoci i trajectòries individuals, l'article s'ocupa de l'efecte conjunt i compartit en la pèrdua del comerç del barri. Així, s'analitza l'impacte sobre la localització dels establiments del model de creixement urbà tant a nivell de la ciutat com a escala regional, amb la formació d'una àrea cada vegada més integrada comercialment. Aquesta lectura geogràfica es combina amb el tractament d'algunes tendències rellevants del sector com poden ser el comportament de la demanda o les dificultats per assegurar el relleu generacional a les botigues. A la part final i en clau de futur, es presenten diverses estratègies basades en casos d'interès.

Abans dels seixanta. Estirament de la ciutat i

redistribució comercial interna

Creiem interessant fer una breu revisió de l'evolució de la ciutat contemporània per analitzar amb més detall com s'ha arribat a la situació actual i detectar alguns factors actuals que semblen nous però que ja s'havien donat en el passat.

El punt de partida el situarem a l'any 1877 quan Berga rep el títol oficial de Ciutat. Superades les Guerres Carlines, Berga creix com a població frontissa de la industrialització de la comarca, les colònies tèxtils al sud i les mines de carbó al nord i l'obertura del canal industrial ofereixen una gran oportunitat econòmica, urbanística, industrial i comercial a la ciutat. Un creixement que el primer que fa és alterar els límits urbans de la població tal com s'havia conegut durant segles. L'ensorrament dels portals, a inicis del segle XX, per facilitar el pas de mercaderies per l'eix portal de Sallagosa—portal de Santa Magdalena (que no s'arribà a executar), la posterior construcció a la "muralla" (actual ronda Moreta) i l'eixamplament del coll de Santa Magdalena, la construcció de la plaça Viladomat o l'inici de la urbanització de l'actual passeig de la Pau són grans obres urbanes que sacsegen la morfologia urbana¹.

Aquestes obres van crear un efecte de redistribució interna, i és que el carrer de les Canals, històricament el carrer més noble de Berga, es va trobar que a mitjans de segle havia perdut la seva centralitat en detriment del carrer Major. Un carrer Major que estava afavorit per ser més planer, però també per algunes interven-

cions municipals i d'obra pública que l'havien beneficiat com la construcció del clavegueram, el trasllat de l'escorxador i els canvis en els mitjans de transport juntament amb la major proximitat a la carretera de Manresa. En aquest marc, els comerços es relocalitzen adequant-se a les condicions urbanes, de modernització del sector (proveïment, distribució, venda, etc.) i de demanda.

Els anys seixanta. El carrer Major com a eix vertebrador de la vida berguedana

Als anys 60 del segle XX l'hem catalogat com la dècada d'inflexió del gran eix comercial de la plaça Sant Joan fins al capdamunt del carrer Buxadé. Això es deu que seran els últims anys abans del declivi comercial passant d'un conjunt de més de 170 establiments comercials, a la situació actual amb 63 establiments oberts i en què el comerç ha desaparegut completament del carrer Buxadé i està castigat per sobre la plaça Sant Joan.

Els tipus de comerç de proximitat que podíem trobar en una vila com Berga eren molt diversos, però alguns destacaven per damunt dels altres. En el camp de l'alimentació, les dificultats per conservar els aliments, feien de les botigues de queviures i aliments frescos les més abundants. Dins d'aquest ram sobresortien carnisseries, cansaladeries, pastisseries, fruïteries, peixateries, forns, venda de llet, etc. I les botigues de queviures generals: els "Colmado". Icona del comerç dels anys 60, aquestes botigues assortien a granel, en conserva o

enllaunats tot tipus d'aliments, licors i drogueria.

Per altra banda, el segon gran grup de botigues i establiments es concentra en el ram tèxtil: camiseries, gèneres de punt, moda femenina, confecció, sastreria... La botiga de vetes i fils esdevé l'emblema del sector.

Finalment, cobertes les necessitats de menjar i vestir, molts altres tipus de negoci tenien presència: sabateries i espardeyereries, farmàcies, impremtes, òptiques, botigues de fotografia o professions liberals (metges i advocats...) així com tot tipus de productes: mobles, objectes d'escriptori, joguines, electrodomèstics, etc. En definitiva el carrer major era un punt imprescindible en la vida dels berguedans, els quals per necessitat o voluntat es veien atrets a aquest eix. Situació que actualment s'ha capgirat completament.

Josep Noguera va destil·lar l'essència del que ha significat el carrer major amb aquestes paraules: *"el carrer Major va esdevenir l'eix vertebrador de la vida berguedana. S'hi establiren comerços de tota mena i de totes les especialitats. (...) Fou punt de trobada i de passeig, amunt i avall, on s'iniciaven molts festejos, era espai de comunicació de la ciutadania de totes les edats i condicions. Tots els nostres literats n'han parlat abastament, perquè el carrer Major era i és, quelcom més que un carrer comercial."* I en conseqüència amb aquestes paraules, creiem que l'atenció especial al comerç local i de proximitat, és només un factor més, que cal tenir en compte a l'hora de decidir les polítiques i les actuacions de ciutat, en el barri més singular

que hi ha, el barri vell, el qual, és clarament més que un barri.

Cinquanta anys després. El carrer Major i el món

El comerç és una activitat viva i, com a tal, va evolucionant. Negocis de temps diferents coincideixen en una mateixa vorera. Alguns establiments a conseqüència d'innovacions tècniques, nous hàbits de compra o estancament de productes s'han extingit, i altres de nous els han substituïts. Les carboneries i les lleteries d'abans, com la Granja Obiols o Ca la Carne, han perdut raó de ser com a botigues (tot i que tendències sobretot en el camp de l'alimentació mostren fins a quin punt les activitats comercials són capaces de renovar-se al compàs dels valors socials). Ara, hi ha negocis nous com immobiliàries o telefonia mòbil que ocupen alguns dels locals comercials d'abans. No obstant això, no sempre és així, negocis centenaris com Cal Terrisser, la Impremta Casals, Cal Negre, Cal Farràs, La Barcelonesa, o en el seu moment els Calçats Tomàs per posar alguns exemples, han estat testimonis del pas de molts altres de menor durada, alguns de pocs anys, d'altres de tota una vida. Sigui com sigui, molts d'ells s'han anat substituint en els mateixos establiments, esdevenint autèntiques joies en l'àmbit patrimonial. Exemples com el de Cal Xusqueda (Placeta Ciutat 9) són força habituals. Un cop tancada allotjà la Caixa de Manresa, el Frankfurt Patum, o les botigues de roba i material esportiu de Cal Fustagueras i Serra Martí.

La geografia humana juga un rol cabdal en el desenvolupament econòmic dels territoris, la nostra comarca i Berga com a espai urbà no en són una excepció. Vegem a continuació la profunda alteració que pateix el sector del comerç des d'un punt de vista geogràfic.

A nivell de carrer, i focalitzant l'anàlisi en el sector de la distribució, se subratlla el valor creixent de l'amplada dels carrers, com a espais per a facilitar l'accessibilitat i la mobilitat, peatonal i motoritzada. Igualment, les dimensions i condicions dels locals com a espais on ubicar els punts

de venda també s'han entès, per part d'unes empreses cada cop més professionalitzades, com a un factor clau de competitivitat².

Si atenem ara l'escala del municipi, l'extensió de Berga ha estat ràpida des dels seixanta. Comparant les fotografies del vol americà del 56-57 amb la de l'any 2013 que es mostren a la figura 3 ens adonem fàcilment del creixement de la ciutat per mitjà de barris nous. Les àrees de polígons d'habitatge i d'urbanitzacions tenen una implantació comercial baixa i nul·la respectivament. En canvi, es formaran potents eixos comercials als eixamples que es consoliden i a l'àrea especialitzada al sud de la ciutat. En aquest esquema, el pes de la ciutat vella en el comerç minva.

Però l'anàlisi cada cop ha d'anar més lluny. No és casual que una de les cadenes de la distribució més importants de l'Estat³ hagi canviat recentment llur ubicació per una altra que li aporta millors condicions d'accessibilitat d'un públic objectiu que probablement s'ha fixat a escala comarcal, a més de disposar d'unes instal·lacions notablement més espaioses. Ningú no dubta que el desdoblament de la carretera que va de Berga a Manresa, convertida en una autovia ràpida i còmoda per al trànsit motoritzat, ha canviat enormement la vida quotidiana dels berguedans i berguedanes, si bé, com tots els canvis, no tot és positiu. Algú dubta que les fuites de despesa en sectors com el del comerç, l'oci i la restauració, de Berga cap a altres poblacions com Barcelona, Manresa o Terrassa, hauran patit un augment significatiu des de la finalització de l'obra? Per entendre aquest fenomen només cal tenir en compte que el centre comercial més important de Catalunya, a Barcelona⁴, es va pensar per arribar a una clientela establerta fins a 100 km a la rodona. Sense oblidar els efectes de l'increment progressiu del comerç per Internet.

Per tant, el sector de la distribució és cada cop més això i menys comerç de proximitat, de barri. I el comerç del carrer Major ha estat desplaçat per eixos com el del passeig de la Indústria, però tam-

bé per altres eixos més allunyats, que alhora afectaran el desenvolupament del Vall com a eix comercial, ja que no és només una qüestió d'espai local, sinó també regional i, sobretot, de concepte, cosa que hauria de portar a preguntar-nos quin és el model de comerç que volem. Hom pot pensar que no es tracta de "carregar-nos" altres models; com sigui, sí que convindriem la necessitat de preservar el de proximitat, perquè ara ja no sols cal atendre la lògica de la redistribució inter-

trenament intergeneracional, en altres paraules, els fills no tenen interès, com a norma i malgrat les benvingudes excepcions, en seguir els negocis dels pares, ja que la universalització dels estudis superiors i unes expectatives canviants els fa mirar vers altres objectius vitals i professionals, si bé la crisi econòmica podria fer, almenys en part, d'aturador d'aquest fenomen. La cadena de substitució s'ha trencat, com s'ha trencat el relleu generacional que havia anat habitant el bar-



El paisatge del casc antic de Berga quan els berguedans s'escalfaven amb estufes de carbó va quedar immortalitzat en aquesta fotografia de Climent Escobet (ARXIU LUIGI)

na sinó també la de la integració territorial del consum. La lògica geogràfica del comerç de Berga s'amplia a mesura que les infraestructures permeten recórrer distàncies més llargues amb el mateix temps i que els espais on ens movem les persones per anar a treballar, comprar, passar el temps lliure, etc. es fan més i més amplis.

Al costat de la redistribució interna i el canvi d'escala, assistim a un canvi dels hàbits de consum que té a veure amb l'evolució del sector de la distribució, hàbits orientats cada cop més a la facilitat i comoditat de la compra i, relacionat amb això, a l'oci. Però cal parlar també dels hàbits de les generacions que han de succeir els botiguers de les anomenades "botigues de tota la vida". I aquí ens trobem amb un clar

ri vell. I aquest ha esdevingut un problema rellevant, ja que amb l'abandó d'habitatges i establiments comercials, s'ha generat un cercle viciós de degradació del barri. Degradació que era evident als anys 90 a la part alta i que vint anys després es manifesta ja a la part baixa tal com es posa de manifest a la figura 1.

En aquest punt apareix la qüestió de la conservació del teixit comercial existent. Sovint es focalitzen els esforços d'intervenció en promoure noves activitats, oblidant que n'hi ha d'altres que ja funcionen, algunes des de fa moltes generacions, el carrer Major continua avui conservant autèntiques joies patrimonials del comerç berguedà. Una mesura que pot deteriorar molt seriosament la situació és la modificació de la Llei d'Arrendaments Urbans que va entrar en vigor el passat gener de 2015, tocant de mort nombrosos establiments comercials històrics dels anomenats "de renda antiga", havent de plegar o bé veient re-



Peixateria Rumbo – Ribolleda.
Carrer dels Angels
Fons: ACBR-Fons Josep Deseuras. 1969



Torre de las Hores. Carrer dels Angels
Fons: ACBR-Fons Josep Deseuras. 1965



Sastreria Aymerich. Carrer Buxadé
Fons: ACBR-Fons Josep Deseuras. 1960



Relotgeria Martin. Carrer Buxadé
Fons: ACBR-Fons Josep Deseuras. 1958



Pastisseria Antiga Casa Noguera.
Placeta Ciutat
Fons: ACBR-Fons Josep Deseuras. 1964



Calçats Tuset, Carrer Ciutat
Fons: ACBR-Fons Josep Deseuras.
1966



Relotgeria Casserras. Placeta Ciutat
Fons: ACBR-Fons Josep Deseuras. 1964



Ca la Maria Francesa. Plaça de Sant Pere
Fons: ACBR-Fons Josep Deseuras. 1955



Sastreria Farràs. Carrer Ciutat
Fons: ACBR-Fons Josep Deseuras. 1955



Cal Morè. Placeta Ciutat
Fons: ACBR-Fons Josep Deseuras. 1967



Casa Sala. Plaça de Sant Joan
Fons: ACBR-Fons Josep Deseuras. 1962



Electrodomèstics Vila, Carrer Ciutat
Fons: Arxiu Luigi. 1960

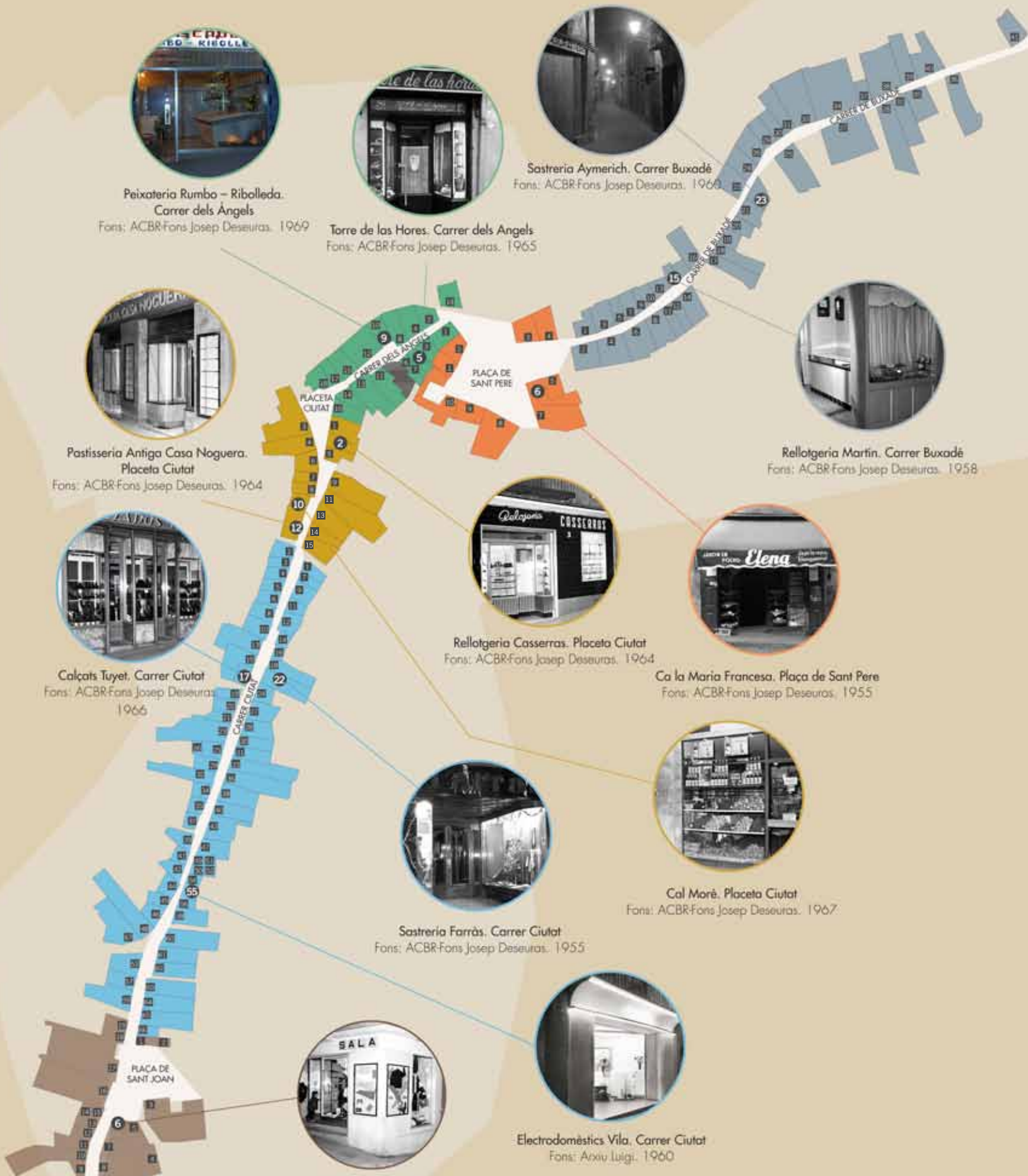


Figura 1
MAPA EIX COMERCIAL 60

LOCALS COMERCIALS OBERTS CORRESPONENTS A LA FIGURA 1.

Nom comerç	Venta	Local
Plaça Sant Joan		
1	Cal Obiols	Estanc
2	Cal Carabrut	Queviures / Venda d'oli
3	Cal Baleguer	Fruiteria menor
4	Gràfiques Molins	Objectes escriptori / sa l' minerva 100 fulles
5	Cal Rocapruna	Queviures
6	Casa Sala	Venda de teixits / merceria
7	Cal Novell	Fruiteria menor
8	La Comercial - Ferreteria Carreras - Vila	Ferreteria
9	Bonet - Ca la Rosaura	Queviures / Caramels / ticors
10	Cal Llorenç	Carnisseria
11	Sastreria Artemi	Sastreria amb gènere
12	Cal Cardona	Farmacèutic
13	Cal Senespleda	Perfumeria
14	Forn Rosill	Forn
15	Dr. Martínez - Cal Dasveus	Metge
16	El Globo	Drogueria menor/ queviures
17	Cal Negre	Cafè / Bar
18	Banco Central	Banc
19	Doctor Moretó	Metge Odontòleg
Carrer Ciutat		
1	Mobles Marceló	Mobles fins
2	Cal Fàbregas	Fruites menor
3	Forn Queralt	Forn
4	Cal Minga - Saló de Baile Colón	Cafè i Sala de Ball
5	Pep dels Sillons	Barber 4 "sillones"
6	Sabateria Serra	Espardenyes / sabater
7	Sastreria Padullés	Sastreria amb gènere
8	Comercial Radio	Electrodomèstics
9	Cal Pere Peret	Barber 4 "sillones"
10	Calçats Tomàs Pujol	Sabateria
11	Ca la Nana	Fruites menor
12	Cal Cusà	Venda de teixits
13	Calçats Tomàs Pujol - Cal Tomàs Xato	Sabateria
14	Cal Barons	Venda de teixits
15	Cal Terrisser	Terrissa
16	Cal Paco Solanes	Forn
17	Calçats Tuyet	Espardenyes / sabater
18	Canigó	Roba infantil
19	Casa Barrals	Venda teixits
20	Creacions Faura	Sastreria amb gènere
21	Ca la Dominica	Fruites menor
22	Sastreria Farràs	Sastreria
23	Casa Ballarà	Rel·lotges, joies, teixits
24	Esports Joira	Articles d'esports
25	Cal Cigroner	Venda Llegums/pesca salada
26	Cal Pelegrí	café 1er pis
27	Cal Canals / Cal Figols	Joguines, marroquineria, perfums
28	Cardiòleg	Metge
29	Elèctrica Cervantes	Electricista
30	Fotografia Luigi	Fotògraf / quiosc
31	Barberia del Centro / Cal Pep Barber	Barber 3 "sillones"
32	Cal Rossell	venta tocino i embutidos
33	Modas Capallera	Marroquineria, perfumeria
34	Casa Salvans - Pepeta d'Àvia	Merceria
35	Sastreria Peix	Sastreria amb gènere
36	Argent Bar - Ca la Porrera	Cafè / Bar
37	Cal Perefileus	Queviures
38	J. Farguell - Cal Pinsà	Sastreria amb gènere
39	Cal Vilanova	Objectes militars / espartenyas/perfumeria
40		Espardenyes / Barberia
41	Serrat del Ros	Queviures
42	Impremta Casals - Cal Morlans	Impremta i objectes escriptori
43	Òptica Caballé	Ulleres
44	Cal Guitart	Venda teixits
45	Granja Obiols	Granja / Venda de llet
46	Ca la Pepis	Camiseria
47	Confeccions Ribera	Venda teixits
48	Cal Currubí	Pastisseria
49	Cal Magi	Carns fresques
50	Optica Caballé	Ulleres
51	Fonda Catalunya	Fonda i el Cafè del Cine
52	Cine Catalunya	Cine
53	Carnisseria Tennis	Carns fresques
54	La Tupinamba	Queviures
55	Electrodomèstics Vila - Cal Vila	Electricista/launer/material elèctric
56	Ca la Cinteta	Queviures
57		Carnisseria
58	Casa Rosell	Camiseria
59	Almacenes Sala - Cal Pacient	Venda teixits
60	Farmàcia Pla	Farmacèutic
61	Tupinamba	Venda llegums
62	Cal Simón	Venda de vi
63	La Lionesa	Pastisseria / Forn/Venda menor conserva
64	Cal Gassó	Venda d'Oli
65	Sastreria Armengou	Sastreria amb gènere
66	Cal Canals	Rel·lotgeria
67	Cal Macià	Electrodomèstics

Nom comerç	Venta	Local
Plaça Ciutat		
1	Cal Padrós	Llauneria i Electricitat
2	Rel·lotgeria Caserras	Venda rel·lotges
3	La Vinjeta	Comestibles
4	La Barcelonesa	Venda teixits
5	Ca l'Oju // Ca la Mayte	Sastreria // Diaris i Revistes
6	Ferreteria Tuyet	Ganiveteria
7	Farmàcia Thomas // Antiga Farm. Vilardaga	Farmacèutic
8	Ca la Deu	Brodats/Venda màq. de cosir
9	Casa Xusqueda	Tocineria i comestibles
10	Cal Moré	Queviures/drogueria menor
11	Cal Padrós	Electrodomèstics / Objectes de regal
12	Antigua Casa Noguera	Pastisseria
13	Almacenes Farràs	Venda de teixits
14	La Floresta	Objectes regal
15	Ca la Magina	Carnisseria
Carrer dels Àngels		
1	Cal Quim Serra	Estanc i Drogueria menor
2	Ca la Roseta	Carns fresques
3	Novedades Montserrat	Venda teixits
4	Ca la Mercè Sensada	Venda menor conserva
5	Torre de les Hores	Rel·lotgeria menor
6	Tintoreria Moderna	Tintat de roba
7	Saló Peluqueria para Señoras	Perruqueria 2 "sillones"
8	Dolceria Pujol - Antiga Casa Sensada	Pastisseria
9	El Cantabrico	Peixateria menor
10	El Ràpid	Sabater
11	Cal Huch	Llibreria, papereria, fotogràf, impremta...
12	Cal Cisteller	Cistelleria /Joguines / bosses
13	Ca la Claretà	Diaris , objectes escriptori.
14	Cal Lluís Carnisser	Tauler (carn)
15	El Globo "de dalt"	Queviures, "ultramarios", embutits, pesca salada
16	Cal Alberich - Cal Pastaleru	Pastisseria / venda menor conserva
17	Cal Farruel	Sastreria amb gènere
18	Cal Boiro	Espardenyes
19	Cal Sistach	Ferreteria Major
Plaça Sant Pere		
1	El Barato	Venda teixits
2	Cal Ros	Venda teixits
3	Cal Plana / Can Blanc	Carns fresques
4	Cal Brillant	venda de xocolata
5	Cal Casanova	Tauler/ tractant de carn
6	Queviures Valls / Casa Maria Francesa	Queviures
7	Cal Gorrista / Almacenes Eulalia	Venda teixits
8	Cal Ros / Almacenes Ros	Venda teixits
9	Cal Terriser	Ceramista, rajola de valència
10	Farmàcia Cosp	Farmacèutic
Carrer Buxadé		
1	Cal Boiro	Espardenyes
2	Cal Gorgas	Matalasser
3	Les Muxines	Venda llegums
4	Tocineria Casafont	Tocineria
5	Ca la Teresa	Venda Queviures
6	Pensió Bergadana - Cal Jepses	Fonda
7	Espardenyeria de Cal Ridol	Espardenyes
8	Ca la Lola	Venda teixits
9	Radio i Televisión E. Vivó	Electrodomèstics
10	Cal Dionisio	Barber 2 "sillones"
11	Perruqueria Palmira // Abans Sastreria Ribera	Perruqueria 2 "sillones"
12	Germanes Tuyet	Merceria
13	Carnisseria Gonfaus - Abans Ca la Lita	Carnisseria
14	Ca la Pepeta	Queviures
15	Rel·lotgeria Martin	Venda de rel·lotges
16	Cal Ribot	Fruites menor
17	Cal Xaró	Venda de vi
18	Pau Barber	Barberia
19	Queviures Torres - de l'Oli	Queviures
20		metge - comadrona
21	Ca la Carme - Cal Torres	Lleteria
22	Cal Vicente	Sabater
23	Sastreria Aymerich	Sastreria amb gènere
24	Cal Pregonas	Venda porc i embotit
25	Forn de San Roc	Forn
26	Ca la Xaia	comestibles / Lleteria
27	Radiolegia	Metge
28	Cal Tejerina (Cnt. Harmonia)	Venda de teixits - vetes i fils
29	Floristeria la Manresana	Floristeria
30	La Peixateria	Peixateria menor
31	La Manresana	comestibles
32	Fusteria Aymerich	Fuster / 1C.V. Vapor
33	Funerària - Cal Cecília	Fuster
34	Fusteria Ferran	Taller 1 C.V. (cavall vapor)
35	Les Mòniques	Lleteria
36	Forn Aymerich	Forn
37	Cal Majol	Venda porc i embotits
38	Ca la Manela	Venda porc i embotits
39		Carboneria
40	Ca la Tecla	Forn
41	Ferrer de Sant Roc	Ferrer

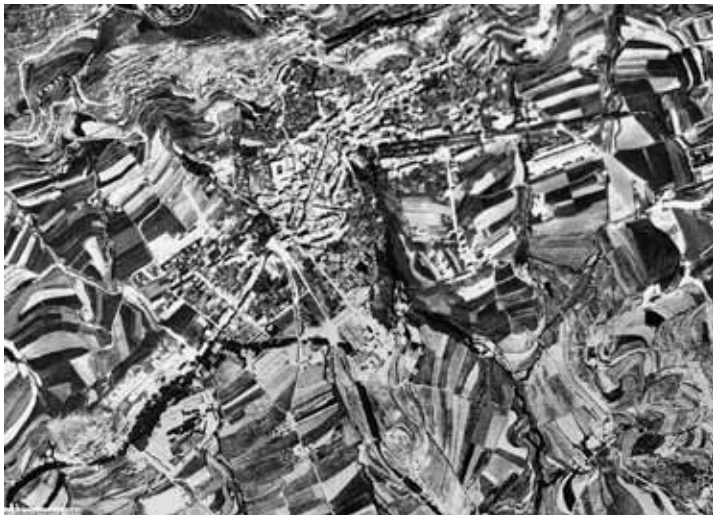


Figura 3. Comparació de l'extensió urbana de Berga 1956-57 i 2013. FONT: WEB DE LICGG

duïda llur activitat. Els casos mediàtics ja s'han produït, com el de l'històric Colmado Quílez de Barcelona, però de ben segur molts tancaments seran en silenci i en espais menys coneguts, però igualment importants.

Per tancar aquesta panoràmica del comerç en l'actualitat, fem un breu acostament a la dinàmica de la demanda. El comerç existent és principalment orientat a la població resident, de manera que depèn de la seva capacitat de compra. La població de Berga l'any 1960 era de 10.241 persones, al 2011 arriba al seu màxim amb 16.835 i des d'aleshores decreix. Pel que fa a la comarca passem de les 49.953 del 60 a una caiguda continuada que s'atura momentàniament en el darrer cicle expansiu del mercat de treball assolint un pic al 2009 amb 41.774 persones per tornar a de-

creixer fins ara. L'Idescat realitza periòdicament projeccions. Les darreres disponibles situen un escenari alt per al 2026 amb 40.443 persones; un escenari mitjà amb 38.193; i un escenari baix amb 36.420. Quant a la despesa de les llars del 2007 al 2015, coincidint amb la crisi hi ha hagut una reducció del 8,15%. Ha afectat tots els béns de primera necessitat, alimentació, vestit i calçat, equipament de la llar, despeses corrents, etc. llevat de l'habitatge (en aquest ha crescut un 5,75%)⁵. Pel que fa a l'atracció de despesa més enllà dels límits comarcals, implica que el turisme de dia o amb pernoctació actüi d'estimulador del consum local. Aquí la qüestió és no solament millorar el posicionament de Berga en aquest sector sinó que les compres es facin al barri vell.

Per tant, des del punt de vista espacial tenim una nova redistribució interna dels 60 cap aquí, però a la qual caldrà sumar un canvi d'escala en el sentit que

Berga passa a formar part d'un territori comercial més ampli d'abast regional, i l'aparició d'Internet. És previst que a l'Estat espanyol al 2015 cada consumidor destini 661 euros a compres en línia confirmant el creixement continu. Entre els productes adquirits destaquen els relacionats amb la salut, la bellesa, la moda i els complements (Observatori d'Empresa i Ocupació, 2015).

Perspectives de futur. El carrer Major i els berguedans

És possible recuperar el carrer Major com a àgora comercial i social de Berga? La pregunta no és si és possible mantenir al nucli antic una determinada densitat d'establiments perquè l'enfocament adequat, i la dimensió del repte, és la revitalització del barri vell d'una ciutat. No podem tractar una part sense entendre que forma part d'un tot, de la mateixa manera que, com s'ha vist en l'anàlisi, no és només una qüestió de comerç. En altres paraules, té sentit invertir esforços en recuperar comercialment un carrer en el que no s'hi viu? Per tant, a tall únicament de reflexió, perquè això donaria per un altre article, cal abordar el conjunt de problemàtiques i estratègies de solució sobre el deteriorament del nucli antic berguedà. I el seu teixit comercial n'és una, si bé important no única.

La recuperació comercial del carrer Major, i del seu entorn, solament es pot plantejar com a sector no aïllat de l'economia del territori (entenen per territori un àmbit geogràfic que és específic i que conté una sèrie de valors productius, econòmics, històrics, etc. que es poden connectar amb el comerç). Sobretot si el que volem és construir per preservar el model de proximitat que, en termes conceptuals, ens condueix a estratègies de relocalització de l'economia berguedana.

La vinculació del comerç a l'economia local implica que aquest sigui alguna cosa més que un generador de llocs de treball o de rendes. Ha d'implicar parlar del comerç de proximitat i, per tant, de circuits curts de comer-

cialització, que enllacin els diferents sectors i capacitats productives de la comarca, en particular aquells més arrelats i singulars, com les activitats agràries i ramaderes, l'elaboració de productes artesans o altres vocacions productives que es puguin modernitzar hibridant-les amb el comerç.

Recuperar un model de proximitat no ha de voler dir copiar l'anterior, al contrari, pot implicar, potser com a condició *sine qua non*, plantejar-ne una evolució. Un cas de notable interès és el d'especialització comercial al carrer barceloní de Sant Pere Mitjà (Fuertes, 2013). A Berga significa pensar el carrer Major i els carrers del seu entorn, amb especial èmfasi en el mercat municipal que s'hi integra, en termes de confluència d'activitats productives lligades a un sector determinat com, per exemple, el de l'alimentació de productes de proximitat, que portaria a articular una xarxa d'activitats no sols comercials, sinó també artesanals, de disseny i creació de marca, de comercialització, etc. ocupant la diversitat de locals que conformen aquest eix històric, i ampliant la malla vers l'entorn agrícola i ramader de la comarca, començant per aquell més immediat, per què no els horts urbans del mateix nucli antic berguedà o les zones periurbanes? Aquesta lògica d'especialització d'una part del territori en una activitat és la que va organitzar les ciutats per gremis i avui segueix funcionant en molts indrets en sectors com el calçat, el moble o les galeries d'art.

Totalment compatible amb aquesta proposta són les diferents estratègies que es poden emprendre per tal de fomentar l'ocupació de locals comercials buits (recordeu que en l'eix estudiat hi ha 81 locals tancats i 61 d'oberts). Podríem citar molts exemples en aquest sentit: des del projecte de Tolosa Merkat en el qual la intermediació de l'administració local va ser clau per a promoure l'atracció d'activitats comercials innovadores en un eix històric deteriorat de la ciutat, similar per tant al del carrer Major, fins a intervencions més focalitzades de-



Figura 2
MAPA EIX COMERCIAL 2015

En gris: locals oberts. En vermell: locals tancats.



envolupades amb pocs recursos públics com es fa al Regne Unit amb les anomenades iniciatives de “mentrestant”, que consisteixen en l’ús temporal de les plantes baixes per part d’empresadors. Un cas d’interès creixent és la “reempresa” comercial a partir del seguiment dels negocis en risc de tancament i una borsa de persones amb voluntat per assumir-los.

En l’estructuració de l’oferta hi té un paper molt rellevant la cooperació. En un món globalitzat on, com destacàvem més amunt, la competitivitat del sector de la distribució es fixa en termes d’escala, el model que el carrer Major encarna històricament es mor perquè no és capaç d’assolir estratègies d’escala que, d’altra banda, d’acord amb les anàlisis de passat i present realitzades fins aquí, són impossibles d’articular des d’una perspectiva individual. Estratègies com les apuntades en els paràgrafs anteriors necessiten d’instruments i les polítiques públiques locals pateixen de limitacions competencials i financeres que les fan insuficients, més tenint en compte un creixent desequilibri comparatiu amb les grans cadenes de la distribució, cada cop més poderoses en recursos. Un exemple d’això han estat els plans de dinamització realitzats a moltes ciutats, on s’han abocat nombrosos recursos que han tingut un impacte limitat a l’hora d’evitar el deteriorament d’eixos de comerç de proximitat. Cal per tant articular xarxes de cooperació públic-privades que propiciïn solucions eficients, des del punt de vista dels recursos, i innovadores, des de diversos punts

La Plaça Sant Joan des del balcó de Cal Negre. (ARXIU LUIGI)

de vista com el tecnològic, el financer i sobretot el social.

Un exemple d’aquest tipus de propostes són les anomenades “monedes socials”, que cada cop estan més en voga i propicien l’oportunitat d’incidir amb força en les denominades estratègies de relocalització de l’economia, articulant sistemes de pagament que estimulin una major circulació dels diners a escala local, en les quals l’administració pot canalitzar despesa pública corrent (salari, subvencions per a entitats, ajuts a persones en risc d’exclusió, etc.)

Iniciatives d’aquest tipus han ajudat a dinamitzar economies molt més necessitades que la nostra, com per exemple el projecte Banco Palmas, en un barri de barraques d’una urbs del Brasil. Casos més propers els trobem a Girona i altres poblacions com Bristol, a Anglaterra, o Tolosa, a Occitània, on la cooperació és efectiva no sols en termes econòmics sinó també de governança, sobre la base de la participació, del propi projecte de moneda local, amb un comitè de pilotatge comprès per assemblees de desocupats, entitats financeres ètiques, associacions empresarials i sindicals i, finalment, l’administració pública, amb l’objectiu de fixar els criteris de funcionament.

Aquestes són algunes de les estratègies possibles obtingudes de l’anàlisi de casos comparables. Com sigui, en darrer terme, per recuperar l’espai històric, comercial i popular, cal “fer que hi passin coses”. I d’exemples n’hi ha a

la mateixa Berga, de més antics i de més recents. La reapropiació ciutadana del carrer és la millor garantia de la seva continuïtat.

Conclusions

L’auge del carrer Major en detriment del carrer Buxadé manté un paral·lelisme amb la situació actual, que té a veure amb la redistribució interna dels llocs del comerç. No obstant això, hi hagué una clara diferència per la qual als anys 20-30-40 o 50 el carrer Buxadé no es va buidar de botigues, com sí que va acabar passant finalment als anys 60, i com està passant actualment al carrer major, i és que el barri s’ha buidat demogràficament. A la part alta del barri vell, la construcció del barri de Santa Eulàlia va significar una gran migració interna, seguida en conseqüència per una desaparició dels establiments comercials als 70 i 80. Aquest procés, en definitiva ha estat, 30 anys després el que s’està vivint al carrer Major de Berga.

Ara bé, la complexitat creixent que agafa el comerç en l’actualitat fa que l’anàlisi centrada en les pautes de localització del comerç a la ciutat sigui incompleta. Hi apareixen aspectes morfològics i funcionals del barri com poden ser l’amplada dels carrers o l’accessibilitat. Però també tendències de canvi a gran escala, com la incidència d’Internet sobre la quota de vendes en aparador físic o la integració de Berga en una regió comercial cada vegada més àmplia que apareix ja en la planificació de grans operadors.

La modificació d’hàbits comercials és significativa i inclou en primer terme les dificultats per al reemplaçament generacional. A la llum de l’anàlisi realitzada, tenir vocacions comercials que donin continuïtat als negocis i reomplir el barri de veïns i activitats són qüestions essencials. Així doncs, la dinamització comercial no es pot realitzar des de l’enfocament sectorial sinó que caldrà integrar-hi variables socials de forma abundant amb una mirada territorial.

Quant a les estratègies, l’anàlisi realitzada i les experiències presentades permeten dibuixar tres aprenentatges rellevants per

a Berga: en primer lloc, la necessitat de dignificar el barri i homologar-ne els serveis i equipsaments per a una població diversa i que ha de sostenir el barri. En segon lloc, el respecte al patrimoni que hauria de partir de la premissa que és un conjunt únic d’especial valor. La revitalització comercial s’ha d’associar a aquests valors propis i específics que han de compensar altres desavantatges físics difícilment modificables. I, finalment, una cistella de proximitat amb una oferta relativament especialitzada i associada a la cadena de valor territorial permetria generar un efecte d’escala que hauria d’esdevenir un factor crucial de viabilitat.

Referències

- In-Situ. *Obert als 60's (exposició)*. Ajuntament de Berga, 2013.
- Fuertes Pérez, P. (2013). Las plantas bajas desocupadas en la ciudad compacta. *Jornada Urban Commerce 2013. Locales Comerciales: nuevos usos, alternativas y oportunidades*, 26 de Septiembre de 2013
- Liettaer, B.; Kennedy, M.; Rogers, J. (2015). *El dinero de la gente*. Barcelona: Icaria editorial.
- Herce, M. (2013). *El negocio del territorio. Evolución y perspectivas de la ciudad moderna*. Madrid: Alianza editorial.
- Observatori d’Empresa i Ocupació (2015). *Informe anual del sector del comerç detallista a Catalunya. Any 2014*. Generalitat de Catalunya.

Notes

1. Josep Noguera va definir a l’any 2013, en l’exposició municipal Obert als 60’s, quines van ser les bases i les accions que van transformar la ciutat de Berga al llarg del s. XIX i XX.
2. Altra cosa és el debat sobre què entenem per competitivitat, si bé el rellevant ara és subratllar la tendència a buscar locals espaiosos i en bones condicions per a l’exercici de l’activitat comercial, tenint en compte òbviament el factor preu com a determinant, però no de forma exclusiva.
3. Mercadona
4. La Maquinista
5. Dades a nivell català per a municipis entre 10 i 20 mil habitants.

Martí Picas Sala
Historiador

Oriol Tuson Ganuza
Historiador

Jordi Boixader i Solé
Economista