

Publicat el 22-2-2004 a "Diari Levante - EMV".

"Se ha cometido frecuentemente el error de destruir viejos centros, ricos en tensión espiritual, a fin de resolver banales problemas de tráfico: porque la intensidad de tráfico ha sido confundida con la intensidad de la vida. Pero las más animadas encrucijadas de calles no serán nunca el Corazón de una comunidad, sino precisamente todo lo contrario" (Ernesto N. Rogers, VIII CIAM, 1951)

## La Plaza del Mercado

Joan Olmos \*

Es, probablemente, el espacio monumental y popular más interesante de la ciudad de Valencia, y necesita protección. Su carácter emblemático como espacio público ha sufrido un deterioro tan acusado como el del propio patrimonio arquitectónico y monumental.

Aunque los cambios de las últimas décadas han desplazado el eje comercial hacia la calle de Colón, la plaza y el barrio del Mercado se resisten -desde época musulmana- a perder su protagonismo, gracias, en buena parte, a la potencia que irradia su Mercado Central, ahora en espera de una nueva rehabilitación.

A partir de la segunda mitad del siglo XIX, como explica el arquitecto Oriol Bohigas, los primeros almacenes, las galerías, y los mercados desempeñaron un positivo papel, reforzando la continuidad comercial de la ciudad y su capacidad de uso colectivo, porque "*se apoyaban en los mismos accesos peatonales y de transporte público, sin interferir en la fuerza aglutinante del comercio del entorno, interpretándose como otro tipo de espacio público sin cuestionar el espacio urbano clásico. Son, incluso, elementos fundamentales para entender la estructura y el carácter de las grandes capitales de la época*"...

En cambio, el reciente salto histórico, el de las llamadas grandes superficies comerciales, supone una experiencia periurbana o si se quiere, antiurbana, favorecida, dicho sea de paso, por una legislación comercial y urbanística muy sesgada y sobre todo, por la construcción de los grandes accesos viarios que pagamos entre todos. (Un economista, Enric Llarch, insinúa que la patronal de las grandes superficies pretende ahora ejercer de promotor inmobiliario en zonas periféricas).

Es evidente que el pequeño comercio tradicional está en crisis. Supongamos que concurren diversas causas: entre otras, nuevos hábitos sociales y laborales, surgimiento de nuevas modalidades de venta, equivocada fiscalidad, flexibilización de horarios; pero sobre todo, la aparición de grandes áreas comerciales, fuera y dentro de las ciudades.

La crisis del barrio sigue en paralelo con el creciente e insopportable impacto del tráfico, especialmente grave en el entorno de La Lonja, que, con los Santos Juanes y el Mercado, constituyen un conjunto monumental único.

Una vez más parece que se aplazan *sine die* las soluciones a esta vergonzosa situación. Tanto las que viene proponiendo el ayuntamiento (el desvío del tráfico por otras calles), como las que plantea la agrupación de vendedores del Mercado Central (su enterramiento en túnel) no resultan aceptables. El eje María Cristina-Mercado-Bolsería es un atajo por el corazón del centro histórico y lo que procede es su cortocircuito –no la búsqueda de otros itinerarios próximos- para aumentar la calidad del medio urbano y mejorar la accesibilidad al Mercado.

El nuevo concejal de Tráfico dijo hace unos días que la peatonalización del entorno de la Lonja no tardará menos de dos años en resolverse y que «no se hará nada por sorpresa, sino en consenso con los comerciantes». (Ya nos gustaría que esa predisposición al consenso se extendiera a otros ámbitos y a otros sectores sociales). No se entienden las actitudes contrarias a la peatonalización, pues la realidad, en otros países que fueron pioneros en las zonas peatonales, como Alemania, es que esas medidas se tomaron en función, casi exclusivamente, de razones económicas: al final, el comercio se revitalizó y los precios de las viviendas aumentaron. Por eso es preciso revisar esas políticas, a otrora muy valoradas, y corregir sus excesos a la luz de la situación actual.

El comercio es un factor clave en la revitalización de nuestro decrépito centro histórico; es algo más que una actividad mercantil y constituye una parte valiosísima de nuestro patrimonio; favorece el paseo, se beneficia del mismo e invita a la gente a volver a habitar esas zonas hoy tristemente abandonadas. Sus ventajas proceden, precisamente, de su inserción en el tejido urbano, como bien tratan de imitar los nuevos centros comerciales. No obstante, si de revitalización urbana queremos hablar, no basta con este elemento para fijar población y crear ambientes urbanos agradables: la diversidad de usos, clases sociales y funciones urbanas evitará crear un barrio monofuncional. En cuanto al tráfico, la calle libre de coches no debería ser solo el paraíso de los consumidores, sino también el lugar de los que solo buscan el sol, el paseo, el descanso o el simple encuentro casual.

### ¿Cómo puede colaborar el urbanismo?

Para salir de la crisis, nuestros comerciantes pueden analizar algunas experiencias muy próximas, como los llamados centros comerciales abiertos. Es el caso de *Barnacentre*, en el barrio gótico de Barcelona, cuyas tiendas reciben 60 millones de visitantes al año. El secreto: variedad en más de mil tiendas, área peatonal y buen transporte colectivo.

Y para esto último, para mejorar la accesibilidad en nuestro caso, ya en 1998 ofrecimos una opción que nos parecía más respetuosa con el entorno que las que vienen del mundo oficial. Insistiremos.

Se trata de eliminar el tráfico de paso que cruza desde María Cristina por Mercado hacia Bolsería, peatonalizando todo el entorno del Mercado y la Iglesia de los Santos Juanes. La Avenida del Oeste se convertiría (además de la calle de Guillem Sorolla, también reconvertida en doble sentido) en el principal acceso al Mercado desde la ronda interior: con dos sentidos de circulación, buenas aceras y rotonda final de giro en la Plaza de Brujas. Se

ampliaría el aparcamiento subterráneo existente, dejando plazas para residentes. El subsuelo del Mercado quedaría para uso exclusivo de los comerciantes. Y un transporte colectivo adaptado al entorno podría acceder al Mercado y cruzar el centro histórico.

No tiene sentido, pues, la prolongación de la Avenida del Oeste por la calle de Botellas que pretendía el ayuntamiento, ni mucho menos el túnel que en algún momento proponía el Mercado entrando por María Cristina y saliendo ifrente a La Lonjai.

El resultado de nuestra propuesta –discutible, como todas- sería pues el aumento de la actividad comercial del entorno, la protección del conjunto monumental y el respeto hacia el significado histórico del corazón de la ciudad que representa. Es solo un primer paso para devolver al centro histórico todo el esplendor y vitalidad que merece. Todos saldremos ganando.

\* Enginyer de Camins. Professor d'Urbanisme. Universitat Politècnica de València

Fitxer baixat de **<http://www.terracritica.org>**