

Mercats i sociabilitat rural en clau històrica

Resum

Pere Solà i Gussinyer, Universitat Autònoma de Barcelona

En aquesta comunicació se subratllen dues idees sobretot. En primer lloc, la forma i espai "mercat" expressions de sociabilitat popular de llarga durada. I, en segon lloc, i, únicament apuntada, la idea que l'associacionisme camperol incideix i condiona històricament la creació, consolidació i evolució dels mercats, en el sentit que malda per reflectir o plasmar uns interessos econòmics ben determinats.

Naturalment, l'historiador de les formes de sociabilitat ha de tenir molt present la dimensió econòmica, però mai caure en un reduccionisme que li faci veure les manifestacions de sociabilitat inter-personals i inter-grupals com un mer efecte dels determinismes del mercat. Es evident que la forma "mercat" genera a la llarga una psicologia i una cultura de "mercader", força ben analitzada per la historiografia europea, més que no pas catalana, i de vegades en una dimensió comparada a través de societats i èpoques diferents (com mostra l'article de Mc Intosh, M.K.(2000), nota 8). En definitiva, cal analitzar, en la llarga durada, la forma "mercat/fira" no només com una funció econòmica i generadora de guany capitalista sinó com una forma activadora de les complexes solidaritats locals, territorials, comarcals i sectorials, masculines i femenines (del sector camperol), fent costat a d'altres formes de sociabilitat solidària prou conegudes i analitzades com són el cooperativisme i la mutualitat.

L'autor es pregunta si no es pot legítimament pensar que hi ha hagut sovint un prejudici urbà que ha contribuït a "folkloritzar" en bona mesura temàtiques relatives a la pagesia (i entre elles, la de la importància dels mercats i fires en tant que espais, no només econòmics sinó relacionals).

Conclou que la "forma mercat" té un rol polivalent i eminentment activador des del punt de vista de la sociabilitat, en el sentit que, per exemple, ajuda a trencar l'aïllament de la població. Històricament ha estat un espai públic central en la projecció laboral de la dona, espai d'activitat de treball de gènere, doncs, i ocasió d'intercanvis de tota mena. Els mercats i les fires s'associen a la sociabilitat urbana i rural, pre-moderna, moderna i post-moderna. Espais en principi indiferenciats, el carrer, la plaça del mercat, la casa de la vila i les cases privades participaven d'una sociabilitat compartida, de manera que els llocs de treball i els d'esbarjo estaven ben sovint mesclats tant des del punt de vista temporal com físic (geogràfic). La necessitat de cooperació entre individus i entre col·lectius fa que històricament s'hagin creat, per exemple, comissions de foment de mercats per trobar sortida a productes agrícoles i avícoles.

Per acabar, l'article recorda que la fira, més que no pas el mercat, va sovint associada a la festa, el ball la gresca, l'esbarjo comunitari. El foment de la fira i el de la festa, per part de col·lectius organitzats com societats agràries i sindicats de camperols, ha estat una constant històrica.