

Città mercato e mercati di città

Anna Botta

Palestrina – Roma – Italia

Parole chiave: mercato, nicchia ecologica, tradizioni, mediterraneo, città

1. La “nicchia ecologica” mercato nell'eco-sistema città

L'epoca in cui ci troviamo ci porta ad avere continui rapporti con un mondo che fino a poco tempo fa non ci apparteneva: il nuovo mercato globale virtuale ci porta a contatto con culture lontane, diverse dalle nostre, con le quali siamo continuamente costretti a relazionarci.

Il mercato del passato era lo strumento tramite il quale questo *melting pot* culturale riusciva ad arrivare ovunque ed a chiunque, superando terre e confini. Tutt'ora, il mercato, inteso come luogo di scambio e vendita di merci, tende ad occupare uno spazio all'interno del tessuto urbano e ad appropriarsi di spazi e superfici inutilizzate laddove serve, espandendosi senza che la cosa sia pianificata anticipatamente. In tal senso si può parlare di mercato come nicchia ecologica.

Una nicchia ecologica, in biologia, è lo spazio occupato da una specie all'interno dell'ambiente in cui si sviluppa. La nicchia ecologica è sicuramente lo spazio fisico dentro al quale una specie trova il proprio spazio vitale, ma si concretizza, anche, nel suo modo di vivere, compresi il suo ruolo e tutte le condizioni che ne permettono l'esistenza. Il mercato assume le caratteristiche della nicchia ecologica laddove spontaneamente si sviluppa all'interno del tessuto urbano, andando a colmare un deficit esistente ad a rispondere ad una domanda attiva in quel momento: esso diviene la specie che va ad occupare lo spazio vuoto incontrato, in corrispondenza della richiesta esistente, andando ad assumere il ruolo che gli è proprio. Una nicchia ecologica esiste in stretta relazione con il luogo, lo spazio fisico su cui insiste, e con la specie che la va ad occupare, per questo ritengo fondamentale riscoprire i mercati della tradizione, che in maniera spontanea riuscivano e riescono a colmare un vuoto all'interno dei tessuti urbani. Mi concentrerò sull'area a me più vicina, cioè quella mediterranea.

2. Mercati rionali, suk, bazar, caravanserragli

L'area Mediterranea è un ecosistema sociale, che ha la peculiarità di ospitare civiltà eterogenee. Lungo le coste mediterranee si affacciano tre continenti ed una serie di stati indipendenti differenti tra loro. Ma non basta: l'area mediterranea continua nell'entroterra e la cultura che siamo soliti chiamare “mediterranea” occupa zone che vanno ben oltre la presenza fisica del mare. Questo ecosistema in evoluzione costante, ha generato culture simili e dissimili allo stesso tempo, che inseguendo una matrice unica, ci permettono di individuare l'unitarietà culturale dell'area, strettamente legata alle caratteristiche morfologiche e climatiche della zona. Possiamo affermare che l'essere mediterraneo, ovvero la fisicità materiale dell'ambiente, ha influito sull'essere vissuto dai popoli presenti nei secoli. Questo “essere vissuto” dall'uomo ha creato una memoria, monumentale e storica, e sistemi insediativi e infrastrutturali, che sono nati in stretta relazione con il luogo. Ed è in stretta relazione con lo spazio fisico che nascono molti insediamenti, per cui vengono scelte zone limitrofe a corsi d'acqua e sulla costa, al fine di permettere gli spostamenti, per facilitare scambi commerciali vicini e lontani, creando una rete di connessione non solo fisica, ma sociale e culturale. La vastità del territorio, ha quindi spinto le sue popolazioni, non solo a perfezionare tutti quelli che erano gli spostamenti via mare o fiume, ma anche a intessere una rete stradale che si è poi sviluppata nelle grandi strade commerciali e carovaniere. I nomadi del deserto, infatti, si spostano da una città all'altra per commerciare. Nascono le grandi vie del commercio, la via della seta, una per tutte, si diffonde l'abitudine ai grandi viaggi, le

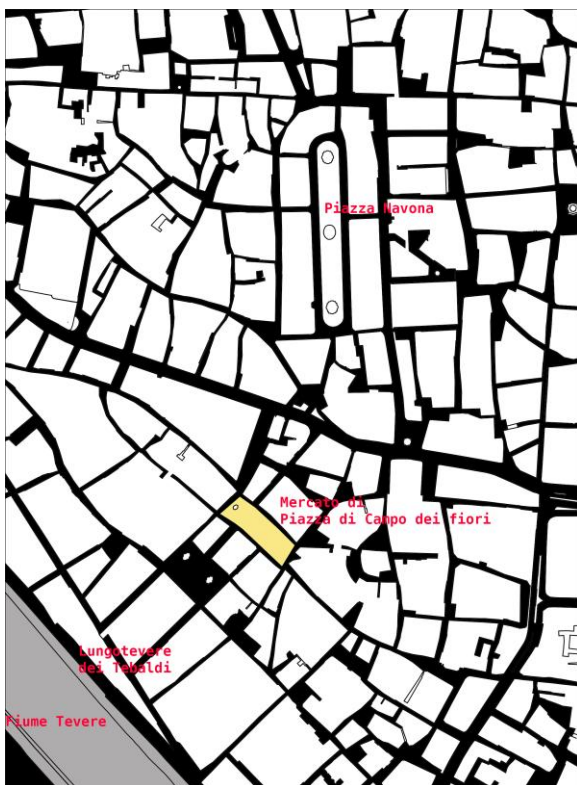
culture si mescolano, il meccanismo è ingranato. I nomadi hanno bisogno di uno spazio in cui alloggiare e vendere i propri prodotti nelle varie città in cui si fermano di volta in volta, così sono adibite delle apposite zone della città, poste esternamente rispetto al nucleo centrale. Si assiste alla nascita di nuove tipologie edilizie come i *funduq* e i caravanserraglio, presto evoluti in edifici chiusi con torri difensive e moschee annesse. Luoghi posti subito fuori la città storica e che vivono come piccole città ad uso momentaneo dei commercianti. Ma non solo. Nascono interi quartieri dedicati al commercio. Quindi bazar, mercati rionali, suk, ma anche negozi di artigianato locale, la cui presenza, spesso, divide la città in settori, caratterizzando persino il nome delle nostre strade, quelle che percorriamo anche oggi. Si pensi, ad esempio, alla Via dei Baulari a Roma o a San Biagio dei librai a Napoli. Non c'è alcuna differenza tra città e mercato, tra mercato e città, si compenetrano, sono la stessa cosa, non esiste l'uno senza l'altro. La vitalità e la vivacità della città mediterranea si identifica, non solo nell'immaginario collettivo, nello spazio dedicato al mercato ed ai commerci.

2.1. Mercato e vitalità: Porta Portese e Campo dei Fiori a Roma

La tradizione dei mercati rionali, tipica italiana, è ancora viva nelle nostre città. I mercati, infatti, non sono spariti né sono stati sostituiti dai moderni centri commerciali, definibili “nuovi mercati”, ma su cui non voglio soffermarmi. I mercati sono ancora vivi, in varie forme ormai, dai nuovi mercati coperti, si pensi, uno per tutti, al mercato di Santa Caterina a Barcellona, ai mercati delle pulci, sparsi più o meno in tutta Europa e facenti parte delle mete turistiche maggiormente ricercate.

Ho esaminato due mercati storici romani, posti uno nel centro cittadino ed uno in uno spazio centrale ma fuori le Mura Gianicolensi: il mercato di Campo dei Fiori ed il mercato di Porta Portese.

2.1.1. Il mercato di Campo dei Fiori a Roma

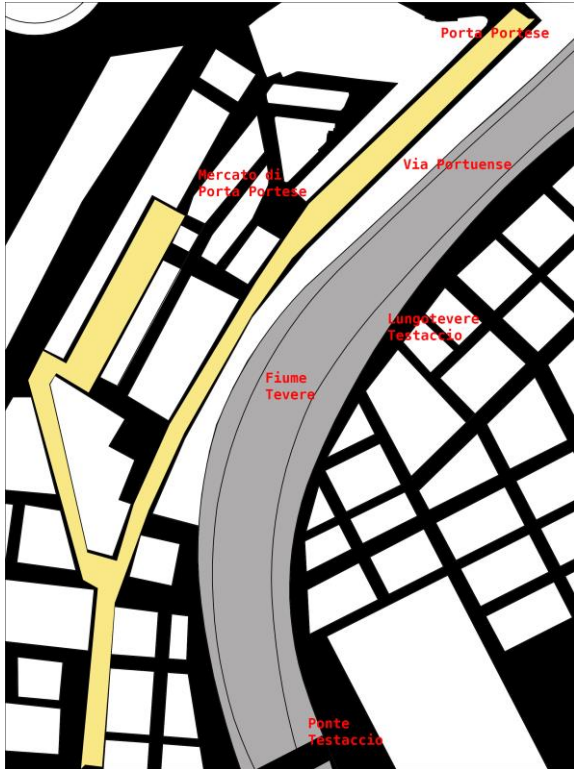


Mercato di Campo dei Fiori, in giallo

Il mercato di Campo dei Fiori è un mercato giornaliero nomadico nato intorno alla seconda metà del 1800, così da essere senza dubbio uno dei mercati più antichi di Roma. Il mercato nasce come luogo per la vendita di frutta e verdura da parte di agricoltori che si recavano a Roma per commerciare i propri prodotti. Nel tempo il mercato ha assunto la forma di mercato rionale giornaliero nomadico. Ogni giorno viene montato e smontato ed è richiesto per gli abitanti del quartiere e per i turisti che visitano il centro urbano. Esso popola lo spazio di Piazza Campo dei Fiori, all'interno di un tessuto storico antico molto fitto, vicino a Piazza Navona e al Pantheon. La viabilità è garantita da percorsi stretti e tortuosi, così come da tradizione dei centri storici mediterranei. Lo spazio occupato dal mercato è, appunto, quello della piazza, che si apre improvvisamente tra i vicoli della città vecchia. Il mercato se ne impossessa, lo spazio necessario alla sua nicchia ecologica è stabilito, la richiesta è soddisfatta. Il mercato

vive spontaneamente e dona vitalità a tutto il quartiere su cui insiste. Esso è una testimonianza viva e vivace di come il mercato della tradizione riesca a sopravvivere all'interno delle nostre città senza che sia necessario fornirlo di particolari infrastrutture e servizi.

2.1.2. Il mercato di Porta Portese a Roma



Mercato di Porta Portese, in giallo

Il mercato di Porta Portese è un mercato delle pulci a cadenza settimanale, in particolare si tiene la domenica. Esso nasce intorno alla metà del 1900 ed è uno dei mercati delle pulci più famosi della capitale. Attrae qualsiasi tipo di utenza, dai turisti agli abitanti e vende qualsiasi tipo di oggetto. Sebbene si tratti di un mercato nomadico, alcuni commercianti hanno creato dei locali fissi e si sono stanziati nella zona.

Il mercato di Porta Portese insiste su un'area della città consolidata subito fuori le Mura Gianicolensi e si sviluppa lungo alcune strade di grandi dimensioni che ne permettono la fruizione. Il tessuto urbano in cui il mercato ha trovato spazio è tipico della città moderna, a scansione ortogonale e lottizzazione regolare, esso però si va ad inserire sulla Via portuense, adiacente al fiume Tevere, a partire dalla Porta Portese, verso sud, e si innesta nel tessuto in maniera lineare, andando ad occupare via via le zone limitrofe. Anche in questo caso, il mercato ha trovato spontaneamente la propria nicchia nella città, in un quartiere che ha le

caratteristiche necessarie per ospitare una tipologia di mercato che non è quello rionale o di quartiere, ma che richiama una grossa affluenza di utenti. Proprio per questo motivo è potuto stabilirsi in un quartiere moderno, con percorsi stradali larghi e spazi pubblici maggiori, che potessero ospitare quei commercianti nomadi che settimanalmente offrono una risposta concreta ad una richiesta della città, e che, contemporaneamente, possa garantire una crescita potenzialmente infinita del mercato stesso.

2.2. Conclusioni: mercato elemento vitale fondamentale

Questi due mercati temporanei dimostrano che il mercato come luogo di vendita e scambio momentaneo, legato all'esistenza di commercianti nomadi o seminomadi, non ha smesso di permeare la nostra vita. Il fatto che tutt'ora questa tipologia non solo sopravviva, ma sia viva e vivace nelle nostre città, ci dimostra come lo spazio del mercato sia effettivamente fondante la città, che nasce e vive, come già detto, grazie agli scambi commerciali, culturali, sociali.

Il mercato non si può contenere, si può normare in qualche modo, ma lui nascerà, si espanderà, crescerà, in maniera più o meno fortunata, sarà esso stesso a decidere il proprio spazio e a crescere in maniera organica, più o meno uniformemente, in un processo veramente naturale e spontaneo. Tant'è, che quando si prova ad ingabbiare il mercato, e gli si costruisce intorno una struttura per contenerlo, questo cambia, diviene luogo per un altro genere di incontri, per un altro genere di scambi. Diventa stanziale, perde la sua *verve*, le sue caratteristiche, si modifica. E gli stessi mercanti che lo rendevano vivo decidono di andare altrove, occupare un nuovo spazio, e il ciclo ricomincia, in un circolo infinito, nel quale le

nostre città si modificano, senza che ci sia un piano strategico, senza una reale pianificazione. Questo avviene, perché, come già detto, l'idea di mercato è assimilabile a quella della nicchia ecologica, per cui, laddove c'è uno spazio libero ed una richiesta commerciale, il mercato riesce a stanziarsi ed a vivere, in maniera autonoma e organica, finché non arriverà qualche elemento esterno a disturbarlo. Il mercato, inoltre, assumendo il proprio ruolo all'interno dell'ecosistema sociale, vivacizza le parti di città su cui va ad insistere ed influenza positivamente tutte le aree limitrofe.

3. Bibliografia

Bullini, Pignatti, Virzo de Santo, «Ecologia Generale», Utet, Milano, 1998

Colistra D., Giovannini M., (a cura di), «Le città del Mediterraneo: alfabeti, radici, strategie: atti del 2. Forum internazionale di studi Le città del Mediterraneo», Reggio Calabria 6-7-8 giugno 2001, Roma, Kappa, 2002

Micara L., «Architetture e spazi dell'Islam, Le istituzioni collettive e la vita urbana», Carucci Editore, Roma, 1985

«Le Garzantine Architettura», Edited by Garzanti, Padova, 2007