



Gilen TXINTXURRETA BEITIA
Arkitektoa

Izozki urtuak

Donostiako komertzio tipikoen zerrenda azkar laburtzen ari da azken urteotan. Joan den astean Alde Zaharreko Oartzun izozkitegiak behin betiko agur esango duela irakurri nuen. Arduradunaren arabera, alokairuaren prezioak negozioa aurrera ateratzea ezinezko egiten du.

Aste berean, Alde Zaharrean ere bai, 66 urteko bidaiaren ondoren, “Churreria Santa Lucia” ezagunak ere pertsiana jaitsiko duela irakurri nuen, kasu horretan jabeen jubilaria dela medio. Jatetxe eta taberna ugari kudeatzen dituen enpresa bati saldu diote, erreleboa ezinezko eginez. Bere tokian, “espazio gastronomiko” bat irekiko dute. Inork hori zer den argi izanez gero, azaldu dezala.

Egoera ezberdinak izanik ere, bi kasuetan jabetzari, eta ez negozioari, ahalik eta etekin handiena atera nahia dago itxieraren atzean. Eta ulergarria da. Hiri erdialdean lokal bat izateak esfortzurik gabe bizitza konpontzeko adina diru eskuratzeko aukera ematen du, eta zaila da txin-txin hotsari entzungor egitea. Baina jarrera horrek, ondorio ekonomikoek gain, ondorio sozialak ere baditu.

Komertzio asko “hirugarren toki” deritzon espazioak dira. Ray Oldenburg soziologoaren arabera, etxeko eta laneko esferetatik kanpo (lehen eta bigarren tokiak), hirugarren toki horiek aisialdirako eta harremanetarako guneak lirateke, la-saitasun, elkar ezagutza eta konfiantzan oinarritzen direnak. Parkeko banku bat, plaza bat, ile apaindegi bat, taberna bat... Betebeharririk izan ez eta egote soilaz gozatzeko tokiak dira, bakarrik edo lagunartean. Hirugarren toki hauetako batzuetan aktibitate komertziala badago ere, haien ezaugarri nagusia ez da jarduera bera, jardueraren inguruan gertatzen den sozializazioa baizik.

Baina denda batek errenta altuei aurre egin behar badie, etekinak handitzera jo behar du, eta, hortaz, efizientziak eta optimizazioak ordezkatzeko ditu lehen aipatutako konfiantza eta la-saitasuna. Taberna eta jate-txeetan ohiko jokabidea iza-

ten da hori. Kantitateak murriztu, musika altu jarri solasa zaildu eta kontsumo azkarra bultzatzeko, mahaia bazkari eta afarietarako bakarrik erreserbatu, gastu handiak lehenetsi... Betiko bezero ezagunari ez, noizbehinkako bezero aldakorrei zuzentzen zaie zerbitzua. Beste negozio batzuek, ordea, horrelakoak egiteko aukera gabe, itxi beste biderik ez dute izaten.

Ez da harritzekoa, beraz, gero eta garestiagoak diren hiri erdiguneetan, betiko liburu-denda edo kafetegiak mundu mailako denda eta frankiziek ordezkatu izana. Are gehiago, kontuan hartzen badugu frankizia horiek, batzuetan, ez dutela errentagarri izateko beharrik ere, euren etekinak mundu osoan zehar dituzten beste milaka dendetan eskuratzeko baitituzte. Denda zentral horiek erakusleiho bat besterik ez dira, euren boterearen ikur. Bilboko Kale Nagusia, Bartzelonako Porta de l'Angel edo Londresko Piccadilly ikusi besterik ez dago. Mango, McDonald's eta antzekoek menderatutako paisaiak dira; globalizazioaren irudia etxeko atarian.

Sinetsi nahi nuke denda batzuk galtzen diren bezala beste batzuk sortzen direla eta haien inguruan komunitate berriak loratzen doazela. Egiari zor, badira oraindik ere horrelako tokiak gure auzo eta herri gehienetan. Gizakia anima-

lia soziala den heinean, beti ari da sare komunitario bat iruten. Hala ere, pena ematen du gure hirietako erdiguneak, haien bihotz sinboliko eta kulturalak, gero eta arrotzago ikustera ohitu izanak. Edo are okerrago, horren erantzule diren frankizia berriak irekitzea jendetzak ospatzen duela ikusteak. Starbucks berriaren aurrean lau orduko ilarak.

Donostiak bi denda galdu ditu astebetean. Ez dira azkenak izango dirudienek, eta galera horiekin hiriaren arima apur bat gehiago urratuko da. Diru turistak Alde Zaharra guztiz ito aurretik, txokoren bat salbatu beharko genuke, beira atzean gordeta agian, noizbait izan zenaren oroigarri. Hori ikusteko ere ilarak leudeke. •



1988ko John Carpenter zuzendariaren "They Live" filmeko fotograma bat.