



Ibai Gandiaga Perez de Albeniz
Arkitektoa

Jaiak bai, hiria ere bai!

Iruñeko Alde Zaharrean Bizi elkarteak azaltzen dituen aldarrikapenak ohikoak dira hainbat eta hainbat auzokide elkartetan: zarata, segurtasun gabezia, ostalari-tzaren gailentzea eta auzoko espazio publikoen izaera ez barnerakoia, dena festa eta parrandaren izenean. Hau da, betiko leloa, zentro-zentroan bizi direnen aie-neak eta negarrak. Baten batek pentsatuko du: «Hara besteak! Zer dela eta ez dira aldirietara joaten, halako ezinegona sortzen badie hiri zentroetako bizimoduak?». Pentsamendu horrekin amen egiten baldin baduzu, agian hiri kapitalistan azkenengo hiru hamarkadotan sortutako prozesu bat ezezaguna suertatuko zaizu. Iruñea aspaldi hasi zen bere hiria saltzen, “San Fermin” markaren bitartez, nazioarteko jendetza erakartzeko asmoz. Hiria saldu beharreko produktutzat hartzearen ideia ez da Nafarroan soilik jazo, eta hiri marketinaren logikaz azaltzen da.

David Harvey geografoaren testigantzan topa dezakegu hiriak saltzeko estrategien sorreraren inguruko pasadizo interesgarri bat: New Yorkeko hiriak, 70eko hamarkadan ekonomikoki porrot egin eta gero, hiri marketin estrategia bat erabili zuen kanpotarrak erakartzeko. “I Love NY” –bihotz gorri handiz– leloa garaiotakoa da, hiri bat modu eta teknika modernoekin saltzen zen lehen aldia. Kontua da saldu nahi zena ez zela “New York”, baizik eta “Manhattan”. Hau da, New Yorkeko agintariak lakin zehatz eta erakargarri bat prestatu zuten, kanpoko bisitariak –edo erosleak?– ulertu eta baloratu luketen lakin bat. Manhattaneko uharteak New Yorkeko karga sinboliko osoa berenganatzeko ekimena abiatu zuen.

Horrelako zerbait identifikatu dezakegu kapitalismo aurreratuaren edozein hiritan. Hiri zentroek beti eraman dute hiriaren nortasun nagusia –dela katedrala, dela alde zaharra– baina inguruko auzoak hiriaren parte ziren, komunitate indartsuz josiak, jantziak, norbera bere eskalan eta apaltasunean. Hiri bateko auzoak “nortasuna” dutela esaten denean,

horretaz ari gara. Seguruenik, kanpotarrentzako auzo horiek ezezagunak izango dira. Ez du ardura, auzoak auzotarrentzako dira, beraien sinbolismoa ez dago ezer “saltzeko” pentsatuta.

Hirietan karga sinbolikoa zentroetan, eta ez auzoetan, pila-tzeak hainbat ondorio izan ditzake: adibidez, hiria «museifikatu» edo museo bilaka daiteke, Veneziari gertatu zaion bezala. Kulturaren beste muturrean, droga eta parrandaren mugarri ere bilaka daiteke, Amsterdam hiria nola. Aipatu bi adibideotan, botere publikoek turismoaren kontrako deialdi bat luzatu dute, bertako biztanleei egiten zaien kaltea azalera-tuz. Iruñeak bizi duen karga sinbolikoaren pilaketaren eskala txikiagoa bada ere, azken urteotan bizilagunek “sanferminizazio” prozesu bat detektatu dute auzoan. Hau da, festaren eredu urte osora zabaltzen ari da. Izatez, pasa den udan Iruñeko Udalak taberna berrien lizentziak gelditu zituen, momentuz eta bizilagunen mesederako. Ez da soilik Iruñeko kontua, beste euskal hiriburuetan ere tankerako prozesua bizi izan da.

Festa eredu horrek –osasunari dagokion eztabaida beste egun baterako utziz– espazio publikoaren kolonizazio bat suposatzen du, eta maiz alderdi ezkertiarrek iraulketa sozialerako esparrutzat ere jo dute, festa bidezko hiritar ahalduntzea. Ereduak, ordea, komunitate indartsu eta autogestionatu batek festa sortzen duenean besterik ez du balio, eta ez mozkin pribatuak erditik sartzen direnean. Osterantzean, festa egiteko modu hori gutxituen, aukera ekonomikorik ez dutenen, eta oro har eredu hegemonikotik aldentzen direnen kalterako izango da, mozkinak ez baitira pertsonez arduratzen.

Espazioa modu ludikoan, eta aldi berean aldarrikatzailean, kolonizatze hainbat eta hainbat adibide ikusi dira azkenengo urteetan, bestelako festa eta aisialdi ereduak sortuz. Jaia nahi baitugu, baina betiere hiritarren eskubideak eta hiriaren nortasuna mantenduz. •



Ilustrazioa: IBAI GANDIAGA PEREZ DE ALBENIZ