

Valoare de schimb: piețele în aer liber din Budapesta*

Exchange Value: open-air markets in Budapest*

TEXT:
Levente Pólyak



#2

RO

„Hrana e o chestiune de dreptate socială, dar și una de sănătate publică; este și o problemă de dezvoltare economică, una de transport, este o chestiune de planificare regională, este o problemă ecologică.”¹



EN

“Food is a social justice issue and a public health issue; it’s also an economic development issue, it’s a transportation issue, it’s a regional planning issue, it’s an ecological issue.”¹



În aprilie 2010, Imre Ikvay-Szabó, pe atunci primarul adjunct al Budapestei, spunea ziariștilor la o conferință de presă: „Peisajul urban este afectat în mod negativ de standurile de fructe și legume”.² A continuat cu propunerea de retragere a permisiunii de a vinde alimente în spațiile publice în zonele centrale ale orașului. Folosirea termenului de „peisaj” de către Ikvay-Szabó implică faptul că, prin referința la ceea ce se vede, „peisajul” sugerează o relație cu spațiul public bazată pe o atitudine pasivă de spectator, mai degrabă decât acțiunea. Peisajul este ceea ce se oferă ochiului: în loc să fie un teren al activităților, peisajul urban este un set de imagini.

Considerarea spațiilor publice drept imagini în locul terenurilor dedicate activităților nu este chiar o invenție a primăriei din Budapesta. În ultimii ani, un număr crescând de teoreticieni au descris procesul prin care peisajul urban și-a pierdut materialitatea și s-a transformat în principala formă de reprezentare vizuală a orașului, așa după cum scria sociologul american Sharon Zukin în 1995: „Dezvoltarea audiovizualului în secolul al XX-lea a transformat fotografia și filmele în cele mai importante mijloace culturale de încadrare a spațiului urban, cel puțin până în anii ’70. De atunci, pe măsură ce suprealismul din filmul «King Kong» s-a transformat în cel din pelicula «Blade Runner» și redezvoltarea s-a concentrat pe activitățile de consum, peisajul material însuși – clădirile, parcurile și străzile – a devenit cea mai importantă reprezentare vizuală a orașului”.³

Dacă, în sensul postmodernismului arhitectural, clădirile sunt reduse la fațade, atunci, conform acestui lucru, politicile de securizare și purificare urmăresc să reducă străzile urbane la vederi reprezentând diferite idealuri ale ordinii civice, adaptate dintr-o diversitate de elemente provenind din secolele al XIX-lea, al XX-lea și al XXI-lea. Regenerarea urbană bazată pe spațiile publice înfrumusețate privește piețele drept simple fenomene estetice, ignorând dimensiunea lor socială, economică și ecologică. Atunci când urbanismul neoliberal prevede crearea piețelor publice pentru comercializarea bunurilor de consum, ele sunt circumscrise, adaptate unei clientele prospere, exclusivă atât pentru vânzători, cât și pentru clienți.

În April 2010, Imre Ikvay-Szabó, then deputy mayor of Budapest, told journalists at a press conference: “The urban landscape is negatively affected by fruit and vegetable stalls.”² He went on with proposing to withhold permissions to sell food in public spaces in central areas of the city. The use of the word “landscape” by Ikvay-Szabó is telling: in its reference to seeing, “landscape” suggests a relationship to public space that is based on spectatorship, more than on agency. Landscape is what is given only to the eye: instead of being a terrain of activities, the urban landscape is a set of images.

To look at public spaces as images instead of terrains of activities is hardly an invention of the Budapest City Hall. In recent years, an increasing number of theorists have described the process in which the urban landscape gradually lost its materiality and has turned into the city’s foremost visual representation. As the American sociologist Sharon Zukin wrote in 1995: “The development of visual media in the 20th century made photography and movies the most important cultural means of framing urban space, at least until the 1970’s. Since then, as the surrealism of King Kong shifted to that of Blade Runner and redevelopment came to focus on consumption activities, the material landscape itself – the buildings, parks and streets – has become the city’s most important visual representation.”³

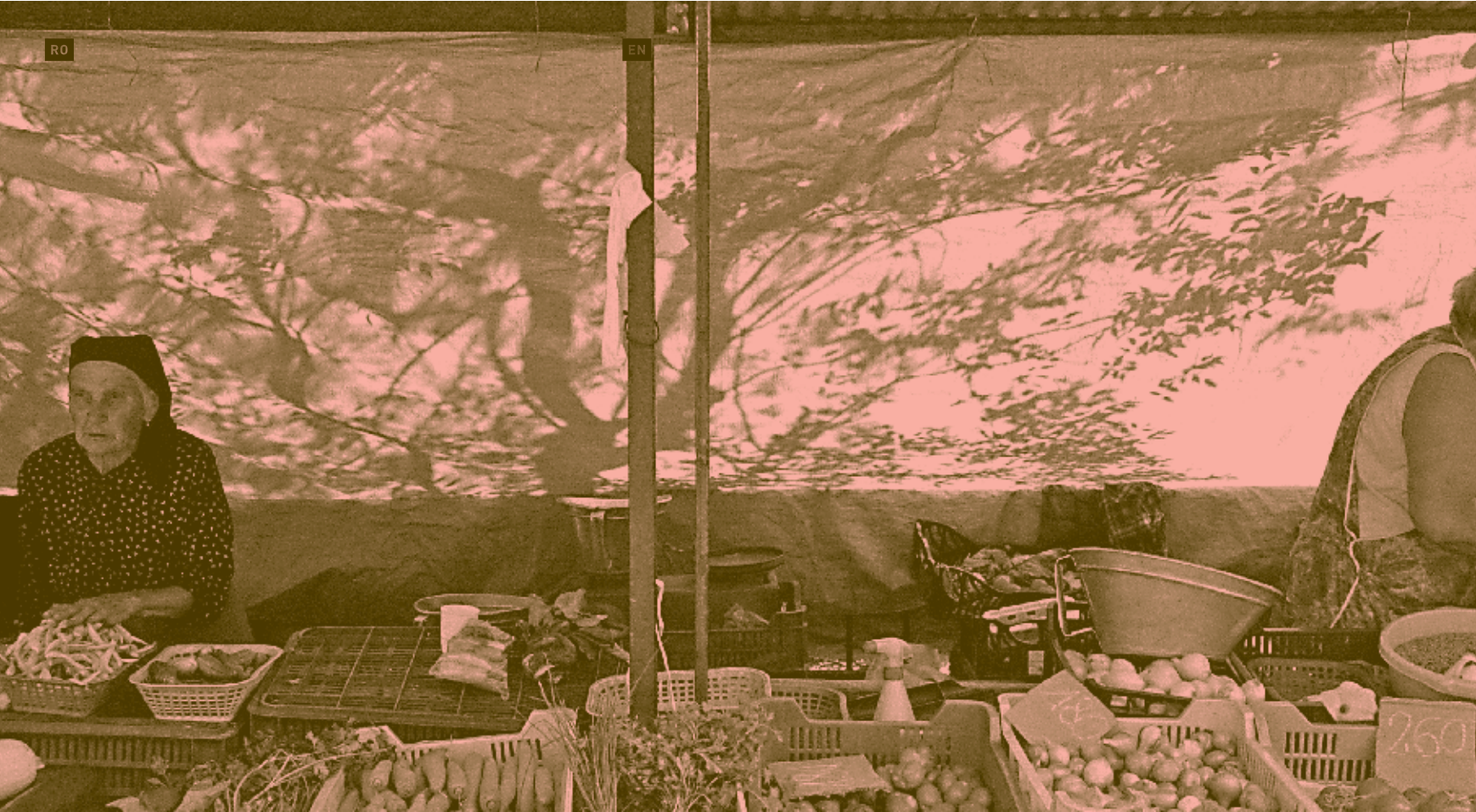
If, in the sense of architectural postmodernism, buildings are reduced to their façades, in conjunction with this, securitizing and sterilizing policies aim to reduce urban streets to postcards, embodying diverse ideals of the civic order, customized from a variety of 19th, 20th and 21st century elements. Urban regeneration based on beautified public spaces looks at markets as mere aesthetic phenomena, ignoring their social, economic and ecological dimension. When neo-liberal urban planning envisions creating public goods markets, they are circumscribed, well-targeted markets for an affluent clientele, exclusive for both vendors and customers.

In the following pages, I will identify and analyze tendencies of the transformation of open-air markets in Budapest and will discuss the multi-faceted importance of markets in the urban ecology and economy. By focusing on the case study of the

← ÎNTRE INTERIOR
ȘI EXTERIOR – PIAȚĂ
ACOPERITĂ LA
SZÉNA TÉR (FOTO:
ALLAN SIEGEL)

← BETWEEN INSIDE
AND OUTSIDE –
MARKET HALL AT
SZÉNA TÉR (PHOTO:
ALLAN SIEGEL)

65



66 În paginile care urmează, voi identifica și analiza tendințele de transformare ale piețelor în aer liber din Budapesta și voi discuta importanța multiplă a acestora în ecologia și economia urbană. Prin concentrarea pe studiul de caz al pieței Hunyadi și apariția mobilizării civice cu scopul păstrării acesteia, articolul va oferi o hartă a actorilor implicați în modelarea spațiului public al piețelor.

Reglementarea piețelor

67 Dacă piețele de azi deranjează edilii primăriei cu înfățișarea lor, aceasta nu e în niciun fel un conflict proaspăt descoperit: piețele au fost privite drept elemente disturbatoare de generații de legislatori; reglementarea piețelor a fost o prioritate în ultimii 150 de ani. În paralel cu răspândirea spre est a ideilor igieniste ale lui Haussmann privind sistematizarea urbană, și inspirate de halele alimentare care puteau aduce taxe, ale lui Napoleon, conceptele de reorganizare a distribuției alimentelor au traversat de asemenea distanțe geografice semnificative. Infrastructura alimentară complexă și haotică dezvoltată în prima jumătate a secolului al XIX-lea a fost considerată ca necorespunzătoare cerințelor unei metropole moderne: în 1870, liderii orașului au căzut de acord asupra nevoii de reglementări restricționate pentru piețele de alimente. Ei au estimat că erau prea multe piețe (44 în aer liber și peste 10.000 de vânzători ambulanți la mijlocul deceniului 1890)* în Budapesta, fără controlul necesar și cu un nivel de igienă la standarde medievale. Ca reacție la această „criză de furnizare a hranei publice”, o comisie specială a fost înființată în 1879, cu scopul de a superviza crearea unui sistem de hale de piață, bazat pe modele occidentale.⁵

Hunyadi Market and the emergence of civil mobilization in order to preserve the market, the paper will also sketch a map of actors engaged in shaping the public space of markets.

Regulating markets

If today’s markets bother City Halls officials in their very appearance, this is by no means a newly found conflict: markets have been seen as disturbing elements by generations of legislators; regulating markets have been on the agenda for the past 150 years. In parallel to the eastward spread of Haussmann’s hygienist ideas of urban systematization, and inspired by Napoleon’s taxable market halls, concepts of reorganizing food distribution also traveled significant geographical distances. The complex and chaotic food infrastructure developed by the first half of the 19th century was judged to not match the requirements of the modern metropolis: in the 1870’s, city leaders agreed upon the need for restricted regulations for food markets. They estimated that there were too many markets (44 open-air markets and over 10.000 mobile vendors in the mid-1890’s)* in Budapest, without the necessary control, and with hygiene-levels of medieval standards. In response to this “public food supply crisis”, a special commission was established in 1879, in order to oversee the creation of a market hall system, based on Western models.⁵

Market halls were not simply covert versions of the previously present open-air food markets: they were institutions in themselves, sophisticated tools in the municipality’s hand to respond the challenges of modern urbanization. By price control, quality assurance and hygiene standards, market

RO Halele au fost nu doar simple versiuni camuflate ale piețelor în aer liber anterioare: ele erau instituții de sine, instrumente sofisticate în mâna municipalității pentru a răspunde la provocările urbanizării moderne. Prin controlul pieței, asigurarea calității și standardele de igienă, halele au susținut instituțiile municipale să devină mediatori ai consumului urban de alimente, reprezentând o conexiune de neîntrecut în lanțul alimentar dintre fermieri și consumatori. Controlul municipal asupra infrastructurii alimentare urmărea totalitatea: legislația de după construcția halelor propunea ca, în districtele unde noile hale au fost construite, cele vechi să fie interzise.

În cursul deceniilor de conducere comunistă, un alt val de „modernizare” a ajuns piețele din anii ’80: în efortul de a centraliza și mai mult comerțul, multe din halele din Budapesta au fost transformate în supermarketuri, raționalizându-se mai departe distribuția alimentelor prin impunerea unor standarde asociațiilor agricole și consumatorilor, eliminând astfel legătura dintre cei din urmă și producătorii de alimente. Totuși, în paralel cu spațiile interioare pentru comerțul cu alimente, sub control accentuat și monopolizat, economia de piață emergentă din anii ’80, împreună cu o economie secundară înfloritoare, a transformat spațiile publice în piețe temporare, neoficiale, unde toată lumea părea să aibă ceva de vânzare.



După căderea Cortinei de Fier, au apărut mai multe concepte de piață în orașele maghiare. La începutul anilor ’90, „piețele poloneze” care se opreau pentru jumătate de zi sau chiar zile întregi pe anumite amplasamente din orașe, de dimensiuni variabile, ofereau îmbrăcăminte ieftină, ustensile de gospodărie și echipament tehnic, vândute la standuri ambulante sau de pe pământ de către vânzători (nu doar polonezi) care arareori aveau un certificat. În paralel, piețele MDF, inițiate de partidul politic dominant al primului guvern ales democratic, care proliferau pe alei și în zonele de parcare, ofereau legume și fructe la preț convenabil celor împovărați de recesiunea din perioada de tranziție.

EN halls helped municipal institutions become mediators of urban food consumption, constituting an unsurpassable link in the food chain between farmers and consumers. Municipal control over the food infrastructure aimed at totality: legislation following the construction of market halls proposed that in the districts where new market halls are built previous markets be prohibited.

During the decades of communist leadership, another wave of “modernization” reached markets in the 1980’s: in efforts to further centralize commerce, many of the Budapest market halls were converted into supermarkets, further rationalizing food distribution by imposing standards upon agricultural associations and consumers, thus eliminating the link between the latter and food producers. However, in parallel with the increasingly controlled and monopolized interior spaces of food commerce, the emerging market economy of the 1980’s, together with a blossoming second economy transformed public spaces into temporary, informal markets where everybody seemed to have something to sell.

After the fall of the Iron Curtain, several new market concepts emerged in Hungarian cities. In the early 1990’s, “Polish markets”, popping up for half or entire days at regular locations in towns of various sizes, offered cheap clothes, household utensils, and technical equipment, sold from mobile stalls or from the ground by (not only Polish) vendors with hardly any certificate. In parallel, MDF markets, initiated by the leading political party of the first democratically elected government, proliferating on sidewalks and in parking lots, provided affordable vegetables and fruits to those impoverished by the recession of the transition years. In an atmosphere where informal markets were tolerated as complementary to formal chains of food and goods distribution, improvised stalls on sidewalks and in parking lots all supported an ambiance of libertinism in the market, relatively uncontrolled, where one could barter and bargain.⁶

The importance of semi-informal market arrangements persists today, as food distribution increasingly takes place in supermarkets, and market halls have virtually become the only official alternative. While some of today’s market halls in Budapest are internationally renown as examples of well-functioning markets, they hardly constitute the same network they did over a hundred years ago. Besides the numerous market halls whose renovation was only affordable with the monopolization of the commerce space (by introducing supermarkets dominating the halls’ space), there are only a handful of market halls, which are still structured around individual vendors’ kiosks and stalls. But even “market-like” market halls set important boundaries for those unable to pay the rental fee for stalls or kiosks inside the hall.

As in previous moments in the history of markets, the relationship between inside and outside is fundamental: if the traditional concept of the market is vanishing from the market halls whose nature of spontaneity and exchange is fading⁷, spontaneity and exchange are flourishing on the pavement

↑ AUTENTICITATE ȘI PITORESC (FOTO: GABÓ BARTHA)

↑ AUTHENTICITY AND PICTURESQUE (PHOTO: GABÓ BARTHA)



67 ← „PIEȚELE ALIMENTARE ÎN AER LIBER SUNT SEMNUL SĂRĂCIEI” (FOTO: GABÓ BARTHA)

← “OPEN-AIR MARKETS ARE SIGNS OF POVERTY” (PHOTO: GABÓ BARTHA)

← „PIEȚELE SUNT O RESURSA IMPORTANTĂ PENTRU VÂRSTNICI”

← “MARKETS ARE IMPORTANT RESOURCES FOR THE ELDERLY”

RO Într-o atmosferă în care piețele neoficiale erau tolerate drept complementare lanțurilor oficiale de alimente și distribuție a bunurilor, standurile improvizate de pe alei și din parcuri sprijineau o ambianță de libertinism în piață, fiind relativ necontrolate, deschise trocului și negocierii.⁶

Importanța amenajărilor de piață semiimprovizată persistă astăzi, pe măsură ce distribuția alimentelor are loc din ce în ce mai mult în supermarketuri, iar halele au devenit aproape singura alternativă oficială. În timp ce unele din halele de azi din Budapesta sunt recunoscute la nivel internațional drept exemple de piețe care funcționează bine, ele constituie cu greu rețeaua pe care o formau acum o sută de ani. În afara numeroaselor hale a căror renovare a fost acceptabilă prin monopolizarea spațiului comercial (prin introducerea supermarketurilor care domină spațiul halelor), există doar o mână de hale care sunt încă structurate în jurul chioșcurilor și standurilor individuale. Dar chiar halele „tip piață” au pus limite clare celor incapabili să achite taxa de stand sau chioșc în interiorul halei.

La fel ca în momentele anterioare din istoria piețelor, relația dintre interior și exterior e crucială: în timp ce conceptul tradițional al pieței dispare din halele al căror caracter de spontaneitate și schimb slăbește⁷, spontaneitatea și schimbul înfloresc pe trotuar de-a lungul halelor, în piețe, parcuri și locuri de parcare, cel puțin în zonele mai puțin frecventate de turiști sau cetățenii prosperi. Unele din aceste „piețe parazite” sunt surprinzător de reușite. În piața Hunyadi, în districtul 6, de exemplu, micul parc din fața halei e plin de standuri în fiecare zi.

Între reglementări și practică

La o recentă conferință despre piețele stradale, participanții au fost de acord că factorul-cheie penru buna funcționare a piețelor este reglementarea adecvată.⁸ Deschiderea către piețele alimentare publice și comerțul stradal se manifestă cel mai bine sub reglementări tolerante. Scriind despre conflictele dintre reglementări și practica vânzării pe stradă, Alfonso Morales subliniază că „reglementarea guvernamentală poate duce potențialul antreprenorilor spre nerespectare. (...) Urbaniștii ar trebui să fie interesați să ajute orașele să se conecteze în loc să hărțuiască negustorii”.⁹ Schimbarea cadrului legislativ pentru a permite piețelor stradale să aibă loc implică o diversificare a regulilor și adaugă măsuri progresive și stimulative acestora. Regulile trebuie să fie „adaptabile la nevoile tipurilor distincte de vânzători și să țină cont de diversele motivații ale vânzării”.¹⁰

În loc să fie inflexibile, continuă Morales, reglementările „trebuie să se adapteze pentru a reflecta experiența negustorului și a edilului deopotrivă, pentru a înțelege schimbările de sezon și a asigura echitate și accesibilitate. Legislatorii nu trebuie să aștepte o respectare imediată; mai degrabă, structura și punerea în vigoare trebuie să invite experimentarea”.¹¹ Servind drept incubatoare economice, piețele pot fi laboratoare de autoangajare și creare întreprinzătoare, așa cum a demonstrat City



across the halls, in squares, parks, parking places, at least in the districts less frequented by tourists or affluent residents. Some of these “parasite markets” are surprisingly successful. At Hunyadi square, in Pest’s 6th district, for instance, the small park facing the market hall is filled with stalls every day.

Between regulations and practices

At a recent conference about street markets, participants agreed that the key to well-functioning markets is good regulation.⁸ Openness to public food markets and street vending is best manifested in tolerant regulations. Writing about the conflicts between regulations and street vending practices, Alfonso Morales underlines that “government regulation can drive potential entrepreneurs into noncompliance. (...) Planners should have (interest) in helping cities harness rather than harass merchants.”⁹ Changing the regulatory framework to allow street markets to take place implies to diversify the rules and to add progressive measures and incentives to them. Rules need to be “adaptable to the needs of distinct types of vendors and take into account different reasons for vending.”¹⁰

Instead of being static, Morales continues, regulations “should be adapted to reflect the experience of merchant and government official alike, to comprehend seasonal changes, and to ensure equity and accessibility. Regulators should not expect immediate compliance; rather, the structure and enforcement should invite experimentation.”¹¹ Serving as economic incubators, markets can be laboratories of self-employment and enterprise-creation, as the Brussels-based activist group City Mine(d)

↑ PIAȚA ACOPERITĂ HUNYADI TÉR – UN MONUMENT ISTORIC ÎN RUINĂ (FOTO: GABÓ BARTHA)

↑ HUNYADI TÉR MARKET HALL – A HISTORIC MONUMENT FALLING APART (PHOTO: GABÓ BARTHA)



RO Mine(d), grupul activist din Bruxelles, în proiectul său Micronomics: ca rezultat al negocierilor cu primăria, City Mine(d) a aranjat statusul de artist pentru membrii comunității de imigranți, astfel încât să poată vinde bunurile cu permisiune liberă și fără taxe în piețele specifice, învățând abilitățile vânzătorilor, experimentând cererea și oferta și trecând spre propriile lor întreprinderi.¹²

Oricum, reglementările nu sunt în mod necesar instrumente de represiune și control; ele sunt în vigoare pentru a proteja consumatorii, ca și locuitorii unui oraș sau comunitățile. Regulile ușoare pot fi liniștitoare dacă se cuplează cu un autocontrol întărit al vânzătorilor. După cum a subliniat arhitectul László Rajk la conferința menționată de la Budapesta, vânzătorii trebuie să fie organizați și conduși de reprezentanți care să garanteze calitatea hranei și să excludă astfel orice consecințe nedorite ale consumului de alimente.¹³

Laudă piețelor

Dacă primarii adjuncți ar respinge fenomenul comerțului stradal, activiștii comunitari, dimpotrivă, l-ar aplauda: „Cred că nu are rost ca municipalitățile să elimine piașa în numele modernizării. Să modernizăm piața renovând standurile, să facem piața mai curată, dar desființarea ei nu poate fi justificată. Este suficient să privești scena europeană actuală a piețelor în aer liber ca să realizezi importanța piețelor în comunități, comerț și securitatea alimentelor”.¹⁴

Cercetătorii piețelor alimentare și experții urbani tind să fie de acord cu aceste observații. Planurile de interzicere a vânzării în aer liber sunt cu atât mai șocante cu cât piețele în aer liber se bucură de o creștere de popularitate în toată lumea. Proliferarea ghidurilor turistice pentru piețele publice și numerele speciale dedicate acestora de către revistele gastronomice sunt martorii apariției unui nou concept al piețelor: în căutarea industriei de turism către autenticitate, piețele în aer liber sunt adesea apreciate drept spații publice prin excelență care,

EN demonstrated in its Micronomics project: as a result of negotiations with the City Hall, City Mine(d) arranged artist-status for members of an immigrant community, so that they could sell their goods tax- and permission-free at specific markets learning vendors’ skills, experiencing demand and supply, and moving on to create their own enterprises.¹²

However, regulations are not necessarily tools of repression and control; they are also in place to protect consumers as well as inhabitants of a city or neighborhood. Eased regulations can only be reassuring, if they function in pair with a reinforced self-control of vendors. As architect László Rajk underlined at the mentioned conference in Budapest, vendors must be organized and led by representatives, who can guarantee the quality of food and thus exclude any undesired consequences of food consumption.¹³

In praise of markets

If deputy mayors unwelcomed the phenomenon of street commerce, community activists, in contrast, applauded it: “I find it senseless that municipalities want to erase a market in the name of modernization. Let’s modernize the market by renewing the stalls, to make the market cleaner, but its obliteration cannot be justified. It is enough to look at the contemporary European scene of outdoor markets to realize the importance of markets in communities, commerce and food security.”¹⁴

Researchers of food markets and urban scholars tend to agree with these remarks. Plans to ban open-air selling are all the more striking as open-air markets are enjoying an increasing popularity worldwide. The proliferation of public market guides for tourists and special issues of gastronomic magazines witnesses the emergence of a new idea of markets: in the tourism industry’s quest for authenticity, open-air markets are often appreciated as par excellence public spaces that by being local and global in the same time, transmit a sense of familiarity, and where rare encounters with local people and local products are made possible.¹⁵ Food enthusiasts emphasize that the experience of food consumption is intensified at the markets: the sensory dimensions of buying food in markets transforms the practice of shopping.¹⁶ In addition to this, markets may take a number of crucial roles in urban neighborhoods. In his research about open-air markets, Morales highlights the multifold importance of markets in urban life, offering them for consideration to urban planners:

“First, markets are places, amenities attractive to neighborhood residents because they contribute to quality of life and sociability. Second, public markets are in a tight reciprocal relationship with urban land markets and community design (markets can provide uses for underutilized and vacant sites). Third, markets play a role in addressing health, ecological, and environmental concerns. They reduce vehicle miles traveled, enhance local sustainability, and help ensure food security. Fourth, markets

← TARABE GOALE ÎN PIAȚA ACOPERITĂ ȘI RENOVATĂ GARAY TÉR (FOTO: GABÓ BARTHA)

← EMPTY STALLS IN THE RENOVATED GARAY TÉR MARKET HALL (PHOTO: GABÓ BARTHA)

RO fiind atât locale, cât și globale, transmit un sentiment de familiaritate și unde rarele întâlniri cu localnicii și produsele locale devin posibile.¹⁵ Cei interesați de mâncare subliniază că experiența consumării alimentelor se intensifică în piețe: aici, dimensiunea senzorială a achiziționării hranei transformă practica mersului la cumpărături.¹⁶ În plus, piețele pot dobândi anumite roluri vitale în comunitățile urbane. În cercetarea sa asupra piețelor din aer liber, Morales punctează importanța multiplă a piețelor din viața urbană, oferindu-le pentru reflecție urbaniştilor:

„În primul rând, piețele alimentare sunt locuri, facilități atractive ale locuitorilor deoarece ele contribuie la calitatea vieții și a mediului social. În al doilea rând, aceste piețe publice sunt într-o relație reciprocă cu piețele imobiliare urbane și cu proiectarea pentru comunitate (piețele pot oferi utilizare terenurilor subutilizate și amplasamentelor libere). În al treilea rând, piețele pot juca un rol în abordarea problemelor de sănătate, ecologice și de mediu. Ele reduc kilometri parcurși, sprijină durabilitatea locală și susțin asigurarea siguranței alimentare. În al patrulea rând, piețele și vânzătorii stradali contribuie la dezvoltarea economică și comunitară, oferind o diversitate de beneficii”.¹⁷

Cu siguranță, Morales nu e singurul cercetător care atribuie acest potențial piețelor alimentare. În literatura academică și populară, ele sunt adesea descrise drept spații publice orginale de un anumit tip: funcționând ca locuri de întâlnire pentru comunitățile locale, ele oferă și contextul întâlnirilor între generații și schimbului informațiilor nonprimare, cum ar fi locuri de muncă, vânzări, oportunități.¹⁸ Mai mult, pot fi considerate drept stâlpii sănătății publice, oferind alimente proaspete convenabile, sprijinând biodiversitatea, promovând comerțul onest și întărind accesul la activitățile comerciale de către cei cu un barem scăzut de profit, adeseori aflați la periferia societății.¹⁹ Dintr-o altă perspectivă, servind mai multor entități, de la locuitorii urbani cu venituri mici la cei rafinați, piețele pot întări integrarea socială și etnică.²⁰ Aceste dimensiuni subliniază repetat interesul public în menținerea piețelor: transformând piețele în școli și centre de sănătate, proiectele municipalității din Barcelona par să exemplifice conceptul pieței drept instituție publică.²¹

Concluzie

Am încercat în acest articol să descriu și să analizez dilemele contemporane ale piețelor alimentare publice; le-am abordat într-un mod interdisciplinar, conectând istoria urbană și arhitectura, sociologia și politica urbană. Articolul demonstrează pe scurt cum construcția halelor acoperite a marcat efortul controlării schimbului de alimente atât la nivelul igienei, cât și la cel al taxelor. Diferite perioade istorice au adăugat piețelor și halelor propriile sisteme de reglementări, complicând mai departe posibilitatea de a vinde și a cumpăra în piețele în aer liber. De-a lungul istoriei, reglementările s-au dovedit de importanță

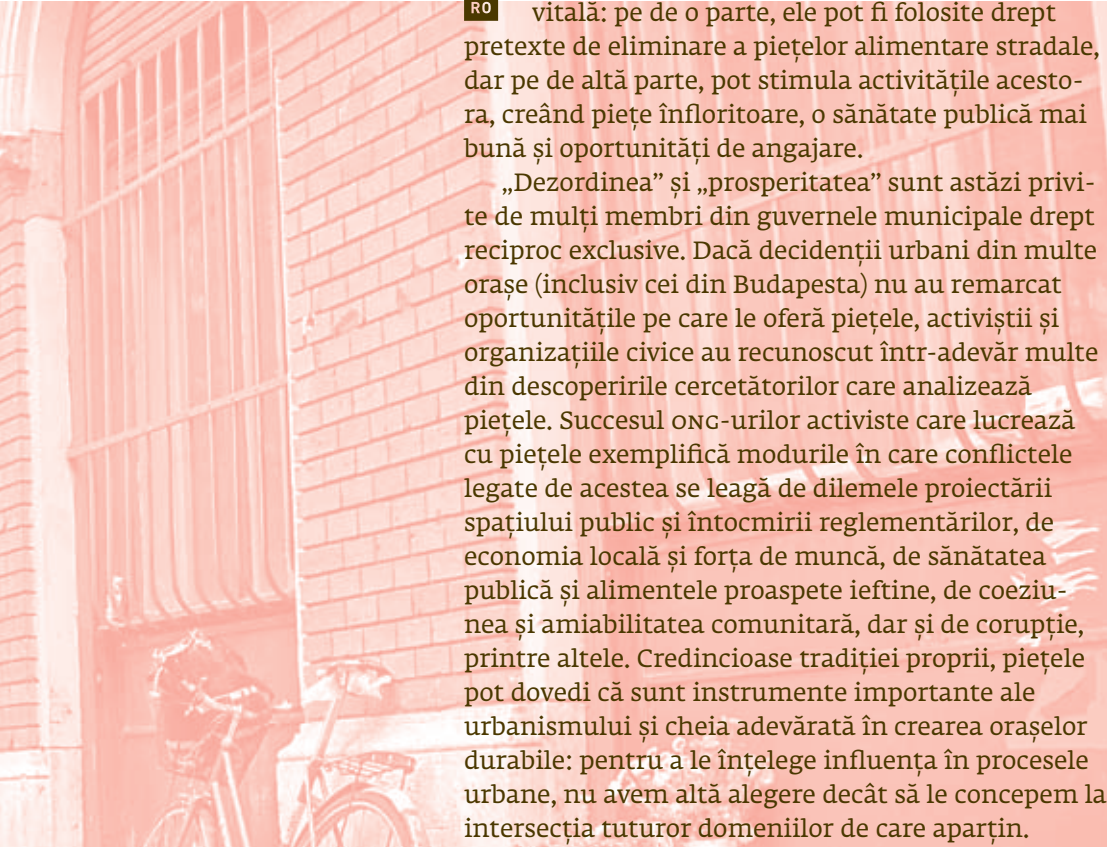
EN and street vendors contribute to economic and community development, providing a variety of benefits.”¹⁷

Certainly, Morales is not the only researcher to accredit these potentials to markets. In the scholarly and popular literature, markets are often described as genuine public spaces of a particular kind: while functioning as meeting places for local communities, they also offer contexts for intergenerational encounters and for the exchange of non-primary information, such as jobs, sales, possibilities.¹⁸ Furthermore, they can be considered as pillars of public health, by providing affordable fresh food, supporting biodiversity, promoting fair trade, and enhancing the access to commercial activities of people with a very low profit margin, often at the peripheries of society.¹⁹ In another perspective, by serving multiple constituencies, from low-income city residents to gourmets, markets may enhance social and ethnic integration.²⁰ These dimensions all highlight the public interest in maintaining markets: by turning markets into schools and health centers, the Barcelona municipality’s projects seem to exemplify the concept of the market as a public institution.²¹

Conclusion

In this article I attempted to describe and analyze the contemporary dilemmas public food markets face; I approached them in an interdisciplinary field linking urban and architectural history, sociology and urban policy. This paper briefly demonstrated how the construction of covered market halls indicated an effort to control food exchange both in terms of hygiene and of taxation. Various historical periods added their own regulatory systems to markets and halls, thus further complicating the possibility to sell and buy at open-air food markets. In this history, regulations are of crucial importance: regulations can be used as pretexts to eliminate street markets, but they can also engender market activities, thus creating thriving markets, an enhanced public health and employment possibilities.

“Disorder” and “prosperity” are seen today by many in municipal governments as mutually exclusive. If urban policymakers in many cities (including Budapest) have not acknowledged the opportunities markets offer, activists and civil organizations have indeed recognized many of the findings of researchers studying markets. The success of activist NGOs working on markets exemplifies the ways in which conflicts related to markets are intertwined with dilemmas of public space design and regulations, of local economy and employment, of public health and affordable fresh food, of community cohesion and sociability, and of corruption, among others. Faithful to their tradition, markets may prove to be important tools for urban planning, and highly instrumental in creating sustainable cities: to really understand their influence on urban processes, we have no choice but to conceive them at the intersection of all the domains they belong to.



RO vitală: pe de o parte, ele pot fi folosite drept pretexte de eliminare a piețelor alimentare stradale, dar pe de altă parte, pot stimula activitățile acestora, creând piețe înfloritoare, o sănătate publică mai bună și oportunități de angajare.

„Dezordinea” și „prosperitatea” sunt astăzi privite de mulți membri din guvernele municipale drept reciproc exclusive. Dacă decidenții urbani din multe orașe (inclusiv cei din Budapesta) nu au remarcat oportunitățile pe care le oferă piețele, activiștii și organizațiile civice au recunoscut într-adevăr multe din descoperirile cercetătorilor care analizează piețele. Succesul ONG-urilor activiste care lucrează cu piețele exemplifică modurile în care conflictele legate de acestea se leagă de dilemele proiectării spațiului public și întocmirii reglementărilor, de economia locală și forța de muncă, de sănătatea publică și alimentele proaspete ieftine, de coeziunea și amiabilitatea comunitară, dar și de corupție, printre altele. Credincioase tradiției proprii, piețele pot dovedi că sunt instrumente importante ale urbanismului și cheia adevărată în crearea orașelor durabile: pentru a le înțelege influența în procesele urbane, nu avem altă alegere decât să le concepem la intersecția tuturor domeniilor de care aparțin.

* ACEST ARTICOL ESTE O VERSIUNE SCURTĂ A TEXTULUI PUBLICAT ODATĂ CU LUCRĂRILE CONFERINȚEI CU TEMA „PUBLIC SPACE AND THE CHALLENGES OF URBAN TRANSFORMATION IN EUROPE: POLITICS AND CULTURE”, ORGANIZATĂ PE 10-11 NOIEMBRIE 2010 DE INTERDISCIPLINARY CENTRE FOR URBAN CULTURE AND PUBLIC SPACE (SKUORI), A TU WIEN URBAN RESEARCH LABORATORY, ÎN VIENA.
¹ NEVIN COHEN AT FOODPRINT NYC, FEBRUARIE 27, 2010, STUDIO-X, NEW YORK CITY.
² KATA JANECSKÓ, „A KÜLVÁROSBA ÚZNÉ A PULTOZÓ ZÖLDSÉGÁRUSOKAT A FŐPOLGÁRMESTER-HELYETTES (PRIMARUL ADJUNCT AR MUTA TARABELE CU LEGUME CÂTRE SUBURBII)”, ORIGO, APRILIE 23, 2010, WWW.ORIGO.HU/ITTHON/20100423-A-FOPOLGARMESTERHELYETTES-MEGTILTANA-A-ZOLDES-ES-GYUMOLCS-ARULAST-BUDAPEST-BELSO.HTML
³ SHARON ZUKIN, **THE CULTURES OF CITIES**. (OXFORD: BLACKWELL, 1995), 16.
⁴ ANDRÁS GERŐ, „PIAC A CSARNOKBAN (PIAȚĂ ÎN HALĂ)”, ÎN **LEHEL: TÉR-PIAC-VÁSÁR-CSARNOK**, ED. JUDIT RAJK (PÉCS: JELENKOR, 2003), 39.
⁵ FERENC VADAS, „A SURVIVING BUILDING TYPE IN BUDAPEST”, ÎN **MARKET HALL. EXPIRATION DATE: TO BE DETERMINED**, ED. ALLAN SIEGEL (BUDAPEST: ERNST MÚZEUM, 2005), 133-139.
⁶ ANDRÁS SZALAI, „THE CHANGING WORLD OF THE MARKET AND MARKET HALL”, ÎN **MARKET HALL. EXPIRATION DATE: TO BE DETERMINED**, ED. ALLAN SIEGEL (BUDAPEST: ERNST MÚZEUM, 2005), 150.
⁷ SZALAI, *IBID.*, 153.
⁸ **O PIAȚĂ PENTRU FIECARE DISTRICT: HRANĂ, CONSUM, URBANISM**. O CONFERINȚĂ ORGANIZATĂ DE CENTRUL UNGAR DE ARHITECTURĂ CONTEMPORANĂ ÎN 19 MARTIE 2011, ÎN BUDAPESTA. PENTRU DETALII, A SE VEDEA: KEK.ORG.HU/PIAC/EN
⁹ ALFONSO MORALES, „PUBLIC MARKETS AS COMMUNITY DEVELOPMENT TOOLS”, **JOURNAL OF PLANNING EDUCATION AND RESEARCH** 28 (2009): 428.
¹⁰ MORALES, *IBID.*, 428.
¹¹ MORALES, *IBID.*, 438.
¹² PENTRU DETALII, A SE VEDEA WWW.CITYMINED.ORG/
¹³ LÁSZLÓ RAJK LA CONFERINȚA A MARKET FOR EVERY DISTRICT: **FOOD, CONSUMPTION, URBANISM**, ÎN 19 MARTIE 2011, BUDAPESTA.
¹⁴ INTERVIU CU GABÓ BARTHA, 22 SEPTEMBRIE 2007.
¹⁵ SHIRA BRAND, „MARKETS AND THE CITY, TRADITIONAL SPACES OF COMMERCE FOR A GLOBAL SOCIETY”, ÎN **MARKET HALL. EXPIRATION DATE: TO BE DETERMINED**, ED. ALLAN SIEGEL (BUDAPEST: ERNST MÚZEUM, 2005), 156.
¹⁶ ALLAN SIEGEL, „INTRODUCTION”, ÎN **MARKET HALL. EXPIRATION DATE: TO BE DETERMINED**, ED. ALLAN SIEGEL (BUDAPEST: ERNST MÚZEUM, 2005), 105-107.
¹⁷ MORALES, *IBID.*, 426.
¹⁸ ALLAN SIEGEL LA CONFERINȚA A MARKET FOR EVERY DISTRICT: **FOOD, CONSUMPTION, URBANISM**, 19 MARTIE 2011, BUDAPESTA.
¹⁹ STEVEN BALKIN, **SELF-EMPLOYMENT FOR LOW-INCOME PEOPLE**, (NEW YORK: PRAEGER, 1989).
²⁰ BRAND, *IBID.*, 154.
²¹ JORDI TOLRA LA CONFERINȚA A MARKET FOR EVERY DISTRICT: **FOOD, CONSUMPTION, URBANISM**, 19 MARTIE 2011, BUDAPESTA.

EN * THIS PAPER IS A SHORT VERSION OF THE TEXT PUBLISHED IN THE PUBLICATION OF THE CONFERENCE ENTITLED “PUBLIC SPACE AND THE CHALLENGES OF URBAN TRANSFORMATION IN EUROPE: POLITICS AND CULTURE”, ORGANIZED ON NOVEMBER 10-11, 2010, BY THE INTERDISCIPLINARY CENTRE FOR URBAN CULTURE AND PUBLIC SPACE (SKUOR), A TU WIEN URBAN RESEARCH LABORATORY, IN VIENNA.
¹ NEVIN COHEN AT FOODPRINT NYC, FEBRUARY 27, 2010, STUDIO-X, NEW YORK CITY.
² KATA JANECSKÓ, „A KÜLVÁROSBA ÚZNÉ A PULTOZÓ ZÖLDSÉGÁRUSOKAT A FŐPOLGÁRMESTER-HELYETTES (THE DEPUTY MAYOR WOULD PUSH VEGETABLE STALLS INTO THE SUBURBS)”, **ORIGO**, APRIL 23, 2010, WWW.ORIGO.HU/ITTHON/20100423-A-FOPOLGARMESTERHELYETTES-MEGTILTANA-A-ZOLDES-ES-GYUMOLCS-ARULAST-BUDAPEST-BELSO.HTML
³ SHARON ZUKIN, **THE CULTURES OF CITIES**. (OXFORD: BLACKWELL, 1995), 16.
⁴ ANDRÁS GERŐ, „PIAC A CSARNOKBAN (MARKET IN THE HALL)”, IN **LEHEL: TÉR-PIAC-VÁSÁR-CSARNOK**, ED. JUDIT RAJK (PÉCS: JELENKOR, 2003), 39.
⁵ FERENC VADAS, „A SURVIVING BUILDING TYPE IN BUDAPEST,” IN **MARKET HALL. EXPIRATION DATE: TO BE DETERMINED**, ED. ALLAN SIEGEL (BUDAPEST: ERNST MÚZEUM, 2005), 133-139.
⁶ ANDRÁS SZALAI, “THE CHANGING WORLD OF THE MARKET AND MARKET HALL,” IN **MARKET HALL. EXPIRATION DATE: TO BE DETERMINED**, ED. ALLAN SIEGEL (BUDAPEST: ERNST MÚZEUM, 2005), 150.
⁷ SZALAI, *IBID.*, 153.
⁸ **A MARKET FOR EVERY DISTRICT: FOOD, CONSUMPTION, URBANISM**. A CONFERENCE ORGANIZED BY THE HUNGARIAN CONTEMPORARY ARCHITECTURE CENTRE, ON MARCH 19, 2011, IN BUDAPEST. FOR DETAILS, SEE KEK.ORG.HU/PIAC/EN
⁹ ALFONSO MORALES, “PUBLIC MARKETS AS COMMUNITY DEVELOPMENT TOOLS,” **JOURNAL OF PLANNING EDUCATION AND RESEARCH** 28 (2009): 428.
¹⁰ MORALES, *IBID.*, 428.
¹¹ MORALES, *IBID.*, 438.
¹² FOR DETAILS, SEE WWW.CITYMINED.ORG/
¹³ LÁSZLÓ RAJK AT THE **A MARKET FOR EVERY DISTRICT: FOOD, CONSUMPTION, URBANISM** CONFERENCE, MARCH 19, 2011, BUDAPEST
¹⁴ INTERVIEW WITH GABÓ BARTHA, SEPTEMBER 22, 2007
¹⁵ SHIRA BRAND, “MARKETS AND THE CITY, TRADITIONAL SPACES OF COMMERCE FOR A GLOBAL SOCIETY,” IN **MARKET HALL. EXPIRATION DATE: TO BE DETERMINED**, ED. ALLAN SIEGEL (BUDAPEST: ERNST MÚZEUM, 2005), 156.
¹⁶ ALLAN SIEGEL, “INTRODUCTION,” IN **MARKET HALL. EXPIRATION DATE: TO BE DETERMINED**, ED. ALLAN SIEGEL (BUDAPEST: ERNST MÚZEUM, 2005), 105-107.
¹⁷ MORALES, *IBID.*, 426.
¹⁸ ALLAN SIEGEL AT THE **A MARKET FOR EVERY DISTRICT: FOOD, CONSUMPTION, URBANISM** CONFERENCE, MARCH 19, 2011, BUDAPEST
¹⁹ STEVEN BALKIN, **SELF-EMPLOYMENT FOR LOW-INCOME PEOPLE**, (NEW YORK: PRAEGER, 1989)
²⁰ BRAND, *IBID.*, 154.
²¹ JORDI TOLRA AT THE **A MARKET FOR EVERY DISTRICT: FOOD, CONSUMPTION, URBANISM** CONFERENCE, MARCH 19, 2011, BUDAPEST

①

BIBLIOGRAFIE / BIBLIOGRAPHY

BALKIN, STEVEN. **SELF-EMPLOYMENT FOR LOW-INCOME PEOPLE**, NEW YORK: PRAEGER, 1989.
BARTHA GABÓ. „RETHINKING THE MARKETPLACE: A STORY OF RESISTANCE AND PROACTIVITY”, ÎN / IN **ANATOMY OF A STREET**, EDITATĂ DE / EDITED BY ESZTER STEIERHOFFER ȘI LEVENTE POLYÁK, LONDON: ART NETWORK AGENCY, 2010, 29-34.
BRAND, SHIRA. „MARKETS AND THE CITY, TRADITIONAL SPACES OF COMMERCE FOR A GLOBAL SOCIETY”, ÎN / IN **MARKET HALL. EXPIRATION DATE: TO BE DETERMINED**, EDITATĂ DE / EDITED BY ALLAN SIEGEL, 154-158. BUDAPEST: ERNST MÚZEUM, 2005.
CALABI, DONATELLA. **THE MARKET AND THE CITY: SQUARE, STREET AND ARCHITECTURE IN EARLY MODERN EUROPE**, BURLINGTON: ASHGATE, 2004.
FOUCAULT, MICHEL. **DISCIPLINE&PUNISH: THE BIRTH OF THE PRISON**. NEW YORK: VINTAGE BOOKS, 1995.
GERŐ ANDRÁS. „PIAC A CSARNOKBAN (MARKET IN THE HALL)”, ÎN / IN **LEHEL: TÉR-PIAC-VÁSÁR-CSARNOK**, EDITATĂ DE / EDITED BY JUDIT RAJK, PÉCS: JELENKOR, 2003, 39-42.
JANECSKÓ KATA. „A KÜLVÁROSBA ÚZNÉ A PULTOZÓ ZÖLDSÉGÁRUSOKAT A FŐPOLGÁRMESTER-HELYETTES (PRIMARUL ADJUNCT AR MUTA TARABELE CU LEGUME CÂTRE SUBURBII)”, **ORIGO**, APRIL 23, 2010.
MORALES, ALFONSO. „PUBLIC MARKETS AS COMMUNITY DEVELOPMENT TOOLS”, **JOURNAL OF PLANNING EDUCATION AND RESEARCH** 28 (2009): 426-440.
VADAS FERENC. „A SURVIVING BUILDING TYPE IN BUDAPEST”, ÎN / IN **MARKET HALL. EXPIRATION DATE: TO BE DETERMINED**, EDITATĂ DE / EDITED BY ALLAN SIEGEL, 133-139. BUDAPEST: ERNST MÚZEUM, 2005.
SIEGEL, ALLAN. „INTRODUCTION”, ÎN / IN **MARKET HALL. EXPIRATION DATE: TO BE DETERMINED**, EDITATĂ DE / EDITED BY ALLAN SIEGEL, 105-107. BUDAPEST: ERNST MÚZEUM, 2005.
SZALAI ANDRÁS. „THE CHANGING WORLD OF THE MARKET AND MARKET HALL”, ÎN / IN **MARKET HALL. EXPIRATION DATE: TO BE DETERMINED**, EDITATĂ DE / EDITED BY ALLAN SIEGEL, 145-153. BUDAPEST: ERNST MÚZEUM, 2005.
ZUKIN, SHARON. **THE CULTURES OF CITIES**. OXFORD: BLACKWELL, 1995.



↑ PIAȚĂ
IMPROVIZATĂ ÎN
AER LIBER ÎN
PROXIMITATEA
PIEȚEI ACOPERITE
HUNYADI TÉR (FOTO:
GABÓ BARTHA)

↑ INFORMAL
MARKET IN
THE PROXIMITY
OF HUNYADI
TÉR MARKET
HALL (PHOTO:
GABÓ BARTHA)

RO

Valoare de schimb: piețele în aer liber din Budapesta

LEVENTE POLYAK

Durabilitate economică, coeziune comunitară și acces la alimente sănătoase și la muncă pe cont propriu în singura piață în aer liber în zonele interioare ale Budapestei; acestea sunt principalele argumente pe care activiștii organizației ci-vice KAP-HT (Comoara noastră, piața Hunyadi) le-au susținut când membrii săi au intrat în lupta pentru protejarea pieței de la demolare. KAP-HT a fost înființată de Gabó Bartha Gabó în mai 2007, când a aflat vestea votării eliminării pieșei în aer liber din piața Hunyadi de comisia municipală a zonei. Legând luxosul Bulevard Andrassy de Strada Király, în curs de dezvoltare, piața Hunyadi a devenit un indicator al trans-formării demografice, sistemului de valori și tiparelor de consum din oraș, dar și al atitudinilor politice față de piețele alimentare.

Proiectul KAP-HT a constatat, la început, în cercetarea docu-mentelor municipalității și lansarea campaniilor de conștien-tizare a planurilor privind piața și hala. Ulterior, însă, centrul atenției organizației s-a deplasat către activități mai puțin politice, mai mult legate de comunitate și economia locală: activiștii grupului s-au implicat în viața pieței, elaborând strategii de îmbunătățire a serviciilor și de diversificare a produselor (introducând noi verdețuri și legume, extinzând selecția bunurilor și alimentelor), dar și deschiderea canalelor alternative de comunicare între comercianți, publicul larg, vizitatori, clienții pieței și autoritățile locale.

EN

Exchange Value: open-air markets in Budapest

LEVENTE POLYAK

Economic viability, community cohesion and access to healthy food and to self-employment in the only remaining open-air food market of Budapest’s inner districts; these were the main arguments activists of the civil organization KAP-HT (Our Treasure, the Market – Hunyadi Square) emphasized when its members entered the fight to protect the market from demolition. KAP-HT was founded by Gabó Bartha in May 2007, when she took news that the district’s municipal com-mission voted to eliminate the open-air market at Hunyadi Square. Linking the luxurious Andrassy Avenue to the quickly gentrifying Király Street area, the Hunyadi Square market has become an indicator of the changing demographics, value systems and consumption patterns of the city as well as of political attitudes towards food markets.

The project of KAP-HT, in the beginning, consisted of re-searching the municipality’s files and launching campaigns to raise awareness of the plans related to the market and the hall. Later, however, the focus of the organization shifted towards less political, more community- and local economy-oriented activities; activists of the group got involved in the life of the market, elaborating strategies for improving serv-ices and product variety (by introducing new herbs and veg-etables, extending the selection of goods and foods) as well as opening up alternative channels of communication between the market traders, the wider public, visitors and customers of the market and the local authorities.

73

Activare prin auto-organizare: Fabrica de pensule & Club Electroputere

Cele două centre de artă (din Cluj, respectiv din Craiova) au pornit de la nevoia simplă a unor artiști contemporani de a-și găsi spații de lucru. Au recuperat și reconvertit clădiri din epoca socialistă, au devenit prezente ca entități bine definite pe scena internațională, injectează energie în oraș. Toate acestea, fără strategii, fără planificare, fără sprijini instituțional, fără arhitecți.

Activation via self-organization: Brush factory & Electroputere Club

The two arts centre (in Cluj, respectively Craiova) started from the mere need of contemporary artists to find their working space. They recovered and reconverted buildings from the Socialist era, which turned into well-defined entities on the international stage, providing energy to the city. All that without strategies, planning, institutional support or architects.