

Artículo de investigación

Barcelona como una ciudad sin comercio. A vueltas con el modelo urbano

Carles Carreras^{1*}

¹ Profesor Emérito de Geografía Humana. Universitat de Barcelona.

* E-mail: ccarreras@ub.edu

Recibido: 01/11/2022; Aceptado: 15/12/2022; Publicado: 29/12/2022

Resumen

El autor trata de pensar la posibilidad de una ciudad sin comercio del futuro y su sostenibilidad, combinando algunos enfoques teóricos con las primeras impresiones y menos datos provenientes del análisis de Barcelona. En primer lugar, se analiza la debilidad de las actuales teorías del Retail y la difusión de diversos términos que no logran convertirse en verdaderos conceptos explicativos. En segundo lugar, se ensaya una posible definición de la Ciudad sin comercio tanto a nivel teórico como a partir de dos grandes variables, analizadas en la región de Barcelona: la ocupación de tiendas y la difusión del e-working. Posteriormente, se explora algunas alternativas sobre políticas y planificación urbana, con ejemplos de Barcelona, al margen de su continua consideración como una especie de modelo en la literatura internacional. Finalmente, se adelantan algunas conclusiones relacionadas a las teorías contemporáneas sobre la Globalización y Urbanización Planetaria.

Palabras clave: Modelo Barcelona, Dinámicas comerciales, teletrabajo, dialéctica centro/periferia, urbanización planetaria, planificación urbana.

Barcelona as a retailless city. Debating the barcelona models

Abstract

The author tries to imagine the possible future Retailless City and its sustainability, both combining some theoretical approaches with the first impressions and less data coming from Barcelona analysis. First, he verifies the weakness of the current Retail theories and the diffusion of terms that do not succeed to become real explanatory concepts. Second, he essays a possible definition of the Retailless City on the base of two big variables, analysed in Barcelona region: shops vacancy and diffusion of e-working. Afterward, he explores some alternatives on Urban policies and planning, with Barcelona examples, always considered as some kind of model in the international literature. Finally, some conclusions are advanced coming back to the contemporary theories on Globalization and Planetary Urbanization.

Keywords: Barcelona model, Retail change, e-working, centre/periphery contradiction, planetary urbanization, crisis of urban planning.

1. Introducción

Tres décadas después de la celebración de los Juegos Olímpicos de verano de 1992, que de alguna forma cristalizan la reciente transformación de la ciudad¹, Barcelona sigue apareciendo en la literatura internacional como algún tipo de modelo urbanístico. Desde el planteamiento socialdemócrata de los años 1980 a partir de un partenariado público-privado a los populismos comunales actuales, pasando por una breve etapa neoliberal conservadora (2011-2015), la ciudad Condal ha conseguido durante las últimas décadas atraer numerosos estudiosos, expertos y políticos de distintos niveles interesados en analizar sus propuestas urbanas a distintas escalas. Una bibliografía completa de los estudios publicados resulta tan imposible como poco interesante. El modelo de la Barcelona de los arquitectos y sus espacios públicos, de 1992, el de la Smart City del 2011², o el de las supermanzanas del 2016, podrían considerarse los principales hitos de una trayectoria de imágenes de marca que pretenden difundir la ciudad en los ámbitos urbanísticos.

Desde el punto de vista del comercio al por menor, de los establecimientos comerciales y de servicios al consumidor situados a pie de calle³, es decir, del comercio urbano, se ha señalado ya alguna vez la un tanto sorprendente continuidad de las políticas públicas, a pesar de los distintos intereses ideológicos que han regido sucesivamente el ayuntamiento de Barcelona (Viganoni, 2019, pp. 105-107). Dicha continuidad se puede explicar esencialmente por el hecho de que los empresarios comerciales y sus familias hayan sido considerados generalmente como electores y como prescriptores de voto; ello a causa de su importancia numérica, ya que la estructura económica comercial se basaba en un gran número de pequeñas empresas, mayoritariamente de carácter familiar. Se ha tratado incluso de presentar este tipo de estructura comercial, propia históricamente de la mayor parte de las ciudades de ambas orillas del Mediterráneo por lo menos, como otro modelo Barcelona, casi exclusivo. Pero la difusión de la Globalización, con el incremento del comercio electrónico y el impacto de las crisis financiera, climática, de salud pública y bélica de las primeras décadas del siglo XXI, ha venido a incidir en cualquier forma de continuidad, como en casi todas las ciudades del mundo. La resiliencia es hoy un concepto de primer orden que se pone a prueba en todas las esferas de la sociedad contemporánea. Se ha planteado así la difusión del algo exageradamente llamado *Retail Apocalypse*, o incluso la posibilidad de la aparición de una *Retailless City*, en la literatura especializada internacional (Townsend et al, 2017; Philipose, 2019). También se ha planteado en el caso de Barcelona, aunque demasiado a menudo para expertos y responsables políticos los enfoques locales suelen tener poco en cuenta la perspectiva de los cambios globales.

Este artículo se propone afrontar este tema intentando, en primer lugar, definir la posible ciudad sin comercio futura, considerando las posibilidades de su sostenibilidad. Para ello se combinan algunas aproximaciones teóricas con el análisis de los primeros datos que se observan en Barcelona y su entorno. A continuación, se analiza la relativa debilidad de las teorías recientes sobre el comercio al por menor, destacando la difusión de algunos términos que no alcanzan a convertirse en auténticos conceptos explicativos. Finalmente, respecto al crecimiento y la evolución de las ciudades, en lo que se refiere a las actividades comerciales y de servicios al consumidor, se analiza la evolución reciente de las relaciones centro periferia (Gasca y Olivera, 2017, pp. 51-76).

¹ 1992 es una fecha simbólica, aunque algunas de las grandes transformaciones urbanas se realizaron con posterioridad a esta fecha, aunque sin duda relacionadas con la organización del evento (Carreras, 2012).

² A finales del 2022 aún, se celebraba un congreso internacional sobre Smart Cities en el que destacaba la presencia del alcalde de Kiev, en plena guerra.

³ Lo que los anglosajones denominan *brick and mortar retail*.

Pasando de la teoría a la práctica, se pretende imaginar una ciudad de Barcelona sin comercio a partir de dos variables principales detectadas recientemente: el cierre masivo de establecimientos comerciales de casi todos los tipos y la difusión del teletrabajo, trabajo en línea a domicilio, a partir del impacto de la pandemia del 2020 y de las medidas restrictivas que se arbitraron en su combate. Hay que tener en cuenta, especialmente, que Barcelona, como ciudad eminentemente turística, sufrió de forma aguda el freno de la movilidad internacional a todas las escalas. En último lugar, se aborda el análisis de algunas de las políticas urbanas aplicadas en la ciudad, como alternativa a los problemas detectados desde la administración local.

El artículo suscita así más preguntas que respuestas, por lo que las conclusiones se quedan prácticamente en la formulación de hipótesis que podrían guiar las investigaciones posteriores. La mayoría de estas hipótesis se sustenta en la revisión crítica de algunas teorías sobre la Globalización y en un intento de desarrollo de la formulación de la urbanización planetaria (Lefebvre, 1970; Brenner, 2015) o del urbanismo global (Shepard et al, 2015).

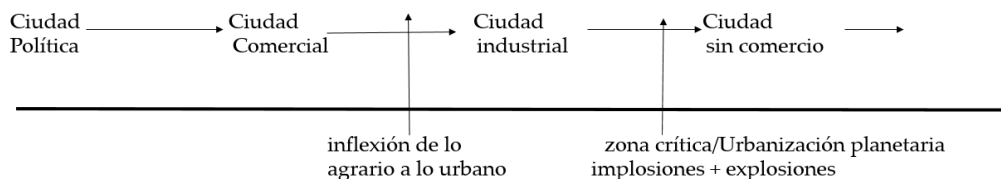
Dado el carácter hipotético de este artículo, se hace necesario subrayar que la mayor parte de sus reflexiones se basan en casi cuarenta años de investigaciones del Observatorio de Comercio Urbano de la universidad de Barcelona (OCUB) (Carreras, 2022-23)⁴. Durante este largo periodo se han realizado numerosos estudios acerca de las transformaciones urbanas y comerciales de la ciudad, a menudo en comparación con otras ciudades a escala internacional (Carreras y D'Alessandro, 2017). El artículo, por tanto, parte del análisis de las bases de datos creadas en el OCUB, pero sobre todo de aproximaciones de tipo cualitativo, especialmente la revisión crítica y constante de la bibliografía internacional, además de las entrevistas con expertos, agentes comerciales, dirigentes y gerentes de empresas privadas, así como de gestores de las administraciones locales.

2. El ser efímero de los conceptos un ejemplo de la aceleración de los tiempos sociales.

La Ciudad sin comercio es un concepto relativamente nuevo, que supone un gran contraste con la conocida realidad de un comercio urbano ligado al propio nacimiento de las ciudades, anterior incluso a la agricultura, si se acepta la conocida hipótesis de Jane Jacobs (1916-2006) de 1969; anterior por supuesto a la industrialización, durante la cual se mantuvo y se desarrolló con el crecimiento de la urbanización, y que ha permanecido con posterioridad a las diversas dinámicas de la llamada desindustrialización en el proceso de reestructuración del sistema capitalista de los años 1970.

Por ello, se plantea la necesidad de intentar el análisis de esta ciudad sin comercio entendida como formando parte de la sucesión cronológica del concepto mismo de ciudad, al menos tal como fuera formulada por Henri Lefebvre (1901-1991), en 1970. Así, una ciudad sin comercio se situaría al final, momentáneamente, de la larga sucesión de la ciudad política, a la ciudad comercial, a la ciudad industrial y a la ciudad postindustrial, como trata de esquematizar la figura 1.

⁴ En contra del hábito anglosajón de evitar y penalizar las autocitas, se considera necesario aquí, por exigencias de rigor y de honestidad, señalar los trabajos anteriores del autor y de su equipo que sustentan muchas de las reflexiones, ideas e hipótesis que de otro modo podrían parecer audaces en un artículo necesariamente breve.

Figura 1. Esquema de la evolución urbana a partir de Lefebvre, 1970 (p. 22), actualizado por el autor

Este nuevo concepto de una ciudad, entendida como ente urbano delimitado, carente en gran parte de sus actividades comerciales tradicionales a pie de calle, obliga a imaginar la evolución futura de las ciudades, ya que los procesos sociales no tienen fin, ni finalidad aparente. Esta evolución futura se debe desentrañar a partir de los cambios recientes que ha experimentado el comercio al por menor, que ha estado vinculado a la ciudad a lo largo de toda la historia. Al mismo tiempo, debe entenderse de forma flexible como requiere la complejidad del fenómeno urbano, por lo que este nuevo concepto puede convivir perfectamente con otras concepciones de ciudad, tales como la ciudad del conocimiento (Knowledge City), de los años 1970, o la ciudad inteligente (Smart City), de los 2000, o cualquier otra concepción que pueda surgir, con el fin de explicar la compleja y cambiante y bastante desconocida economía urbana y plantear estrategias de supervivencia. Avanzar en el análisis de este nuevo concepto permitiría, en este sentido, intentar clarificar la estructura y el funcionamiento de las economías de las ciudades contemporáneas, de la economía urbana, en general. Ello se puede concretar en la urgencia de responder a la pregunta que se ha formulado reiteradamente: ¿De qué vive realmente Barcelona hoy? ¿Cuál es la estructura y la base de las economías urbanas? Una pregunta clave para una investigación tan necesaria como importante.

La definición de cualquier nuevo concepto requiere una investigación teórica, en este caso tanto en el campo de la teoría urbana, como en el campo de estudio de las teorías sobre las actividades comerciales a por menor⁵. El primer paso de esta investigación en nuestro equipo se dio hacia principios de 2015, a raíz de la implementación de un máster en Estudios Urbanos en la universidad de Barcelona⁶. La primera etapa se basó en el análisis del pensamiento clásico de lo que puede denominarse la moderna Ciencia Social, a partir de Adam Smith (Casassas, 2010). Se usa el adjetivo clásico para significar aquellas ideas que ejercen una influencia particular, tanto cuando son impuestas como inolvidables, como cuando yacen ocultas bajo los pliegues de nuestra memoria porque forman parte del inconsciente colectivo o individual (Calvino, 1991). Se incluyeron en esta revisión desde las definiciones aportadas por Marx y Engels sobre la segregación social urbana y, especialmente, sobre la contradicción campo-ciudad, hasta la zonificación social de los usos del suelo urbano de la escuela de Chicago o las primeras clasificaciones funcionales de las ciudades de los inicios de la escuela francesa de Geografía urbana (Engels, 1845; Marx y Engels, 1848; Park 1915; Chabot, 1948). Dicha revisión bibliográfica fue orientada por la fundamental obra filosófica de Henri Lefebvre que recientemente ha sido continuada por Neil Brenner, especialmente con su crítica a la llamada *New Urban Age* y su propuesta de una nueva teoría sobre la Urbanización Planetaria (Lefebvre, 1968, 1970, 1972 y 1974; Brenner, 2014, 2015).

⁵ En otro lugar ya se ha planteado la investigación como un largo camino teórico desde la Geografía urbana hasta la Geografía urbana, pasando por la comercial y del consumo. Una expresión que causó el desconcierto de los correctores y editores de la revista (Carreras, 2022-23)

⁶ El Master de Estudios urbanos de la Universidad de Barcelona se impartió oficialmente durante los cursos académicos 2016/17 y 2017/18 (www.estudios-urbanos.wixsite.com/estudiosurbanos) (Frago et al., 2021; pp. 373-394).

En comparación con esa importante y multidisciplinar evolución teórica y sus interpretaciones urbanas, que no pueden ser en modo alguno exhaustivas ni pretenden presentarse como únicas, se destaca la relativamente débil base teórica en el estudio y explicación de las actividades comerciales. Las características de los procesos del consumo, que tienen una evidente relación con esas actividades, han dado pie a algunas inspiraciones teóricas importantes en relación con el ocio, con el Romanticismo o con la Semiología (Veblen, 1899; Baudrillard, 1970; Campbell, 1989; McCracken, 1990), hasta llegar a una primera Geografía del consumo (Mansvelt, 2005). No ha sucedido lo mismo, en cambio respecto a los aspectos propiamente del comercio y del intercambio. Uno de los síntomas más significativos de esta debilidad teórica de los estudios comerciales es la recurrente acuñación y difusión de términos distintos, sin un encaje teórico claro, y en su mayoría adaptados de otras disciplinas más o menos afines. Podría afirmarse que en su mayor parte se acuñan términos que fluyen a tenor de las grandes corrientes de la moda intelectual, especialmente a partir del desarrollo de la lógica cultural el Capitalismo tardío, que se conoce bajo el nombre genérico de Postmodernismo (Jameson, 1991).

Entre los muchos conceptos adaptados de otras disciplinas y especialidades, tales como localización, jerarquía, centralidad o accesibilidad, vale la pena destacar el término *gentrification*, elaborado en el seno de la Sociología urbana en los inicios de la segunda mitad del siglo XX y reforzado posteriormente por Neil Smith (1954-2012) con su teoría del diferencial de renta (Glass, 1964; Smith, 1987). Inicialmente se trataba de explicar el fenómeno del regreso a ciertos centros urbanos de ciudades anglosajonas de grupos de jóvenes profesionales⁷, con rentas elevadas, en un movimiento centrípeta, que contrastaba con los movimientos centrífugos de población, que definiera la escuela de Chicago. Este término se ha cargado progresivamente de nuevos contenidos y se ha aplicado en muchas ciudades el mundo, llegando a ser casi sinónimo de todo tipo de aumento de la renta de la población que se detecta en cualquier lugar, incluso no estrictamente urbano. Esta aplicación simplista y generalizada se ha popularizado de forma muy rápida a través de los medios de comunicación e, incluso, entre los movimientos sociales de contestación. En lo que se refiere a los estudios comerciales, se ha llegado incluso a repertoriar unas marcas y unos tipos de establecimientos que serían índice claro de *gentrification*; con ello se pretendía evitar la necesidad de realizar estudios sociales y económicos serios, cada vez más difíciles dada la escasez de datos (Lees y Philips, 2018)⁸. Lo más grave de este tipo de generalizaciones no reside tan sólo en su simplicidad y automatismo, sino en el hecho de que impide analizar las causas reales de la formación de los diferenciales de renta en el territorio; se convierte en una auténtica cortina de humo frente a los mecanismos del mercado inmobiliario que se ha impuesto contemporáneamente como motor casi único de las dinámicas urbanas y a escala global. El mercado inmobiliario ha dejado de ser exclusivamente local y cada día son mayores los movimientos de capital internacional y poco tiene que ver con la movilidad residencial de la población que dio origen al tema.

Ampliando el repaso de los conceptos a las líneas de investigación, en los estudios comerciales, en general, se puede diferenciar dos líneas distintas en el proceso de conceptualización y teorización. Por un lado, la que se deriva del análisis estructural de las formas comerciales⁹, que ha originado una larga y prolija serie de clasificaciones y tipologías de los establecimientos dedicados al comercio al

⁷ Que fueron recibiendo denominaciones genéricas y distintas como *dink's* (*Double Income No Kids*), *yuppies* (*Young Urban Professionals*) o *bobo's* (*Bourgeois Bohemiens*), que alcanzaron gran éxito en los medios de comunicación de masas.

⁸ Hace ya una década, advertíamos de los excesos de la aplicación generalizada de este término (Martínez-Rigol, 2010; pp. 37-42)

⁹ Los mal llamados a menudo formatos comerciales.

por menor¹⁰. Aunque una lista exhaustiva y completa sería tan inútil como imposible, se puede destacar algunos de sus términos más comunes: las **ferias** comerciales, tanto las tradicionales como las contemporáneas, surgidas al compás de la sociedad del ocio y del turismo; los **mercados**, con un amplio abanico de posibles especializaciones, y sus derivados posteriores supermercados e hipermercados; las **calles** comerciales o calles “mayores”, con sus incontables especializaciones en productos, bienes y servicios distintos (equipamiento de todo tipo, librerías, farmacias, fruterías, bares, restaurantes, bancos y tantos otros), que han generado unas técnicas de planificación propias, que constituyen el llamado urbanismo comercial; almacenes, **bazares** y **grandes almacenes**; **malls** y **shopping centres**, centros y áreas comerciales diversas; **outlets**, **corners**, máquinas de venta automática; y tantas otras. Algunos Estados han desarrollado definiciones legales de cada uno de estos términos, especialmente Francia en la famosa ley Royer, de 1973, que ha sido imitada en otros países, como España o Italia. Los estudios sobre todas o alguna de estas formas y su evolución en cada ciudad y Estado son muy abundantes¹¹.

Por otro lado, una segunda línea teórica ha producido algunos conceptos relacionados con las dinámicas comerciales, tales como la especialización, la competencia o la concentración, que son mucho más relevantes y explicativos. Este artículo se quiere centrar en la definición de algunas de las dinámicas más recientes, desde el llamado *demalling* hasta el *Retail Apocalypse*. Ambos términos aparecen en la literatura anglosajona predominante como una especie de etapas sucesivas de la lenta crisis de los establecimientos comerciales físicos abiertos en las vías urbanas, que habrían sido provocadas, al menos en buena parte, por el gran incremento reciente del comercio electrónico. *Demalling* hace referencia al cierre y abandono de grandes centros comerciales modernos, generalmente suburbanos, malls y shopping centres, que han sido analizados especialmente en los Estados Unidos, en Italia y en Portugal (Cavoto, 2014; D’Alessandro, Somella y Viganoni, 2016; Guimaraês, 2019). Puede considerarse como un fenómeno similar a la desindustrialización, al cierre, abandono y traslado que afectó a tantas fábricas e instalaciones industriales a partir de la reestructuración del sistema capitalista de los años 1970. Un proceso que generó el desarrollo de la llamada Arqueología industrial en torno a las instalaciones abandonadas y obsoletas, y que ha servido en buena parte para definir la denominada ciudad postindustrial. El *Retail Apocalypse*, quiere denominar, algo dramáticamente quizás, el proceso que se registra en muchas ciudades, de dimensiones y culturas distintas, de cierre y desaparición de muchos establecimientos comerciales de todo tipo, de las tiendas físicas a pie de calle, que ha provocado un número creciente de locales vacíos (Philipose, 2019; Townsend, Surane, Orr, y Cannon, 2017).

Ambos procesos han corrido paralelos al abandono de oficinas y lugares de trabajo en el centro de muchas ciudades¹², debido tanto al aumento constante de los precios del suelo y de las edificaciones, como a la flexibilización progresiva de los horarios y de las formas de trabajo. Esto último a causa de la digitalización e informatización progresivas de todos los procesos, incluso la robotización de los más materiales. Esta dinámica, sin duda, fue favorecida especialmente por algunas de las medidas protectoras adoptadas durante la pandemia de COVID’19 (Buzai, 2021; Florida, 2021). El vaciamiento de actividades comerciales y administrativas del centro tiene grandes consecuencias sobre algunas de las dinámicas urbanas tradicionales, de modo especial en la histórica y cambiante contradicción

¹⁰ El comercio al por mayor (almacenes, transporte y distribución) se ha integrado en otra línea de investigación bajo la rúbrica de logística, que constituye la infraestructura del comercio al por menor.

¹¹ Pueden encontrarse muchos ejemplos de este tipo de estudios en las publicaciones que recogen los trabajos de nuestros ocho seminarios internacionales sobre Ciudad, Comercio y Consumo (Carreras, 2022-23).

¹² Proceso que también se observa en las grandes concentraciones de altos edificios comerciales en otros puntos de nueva centralidad, como en el caso de La Défense de París, que en diciembre de 2022 organizaba unos *Etats généraux de la transformation des tours* (*Le Monde*, 11/12/2022).

entre centro y periferia. De la primera degradación de los centros urbanos que constatará la escuela de Chicago a principios del siglo XX, se habría llegado así a una nueva crisis del centro en los primeros decenios del XXI. Este nuevo proceso podría significar la decadencia de la ola de regeneración que supuso el exagerado fenómeno de *gentrification*, que quedaría como un interludio entre las dos grandes crisis. Así, en apenas un siglo, la movilidad residencial de una parte de las clases acomodadas de las sociedades urbanas, las que se pueden permitir una movilidad voluntaria, habría experimentado un triple ciclo territorial centrífugo, centrípeto y nuevamente centrífugo. El área afectada por estos movimientos se ha ido ampliando a lo largo de estos años, desde los suburbios más o menos clásicos, a algunas ciudades intermedias metropolitanas, incluso a pequeños núcleos distantes, más o menos rurales. Esta última dinámica expansiva se correspondería a algún tipo de las explosiones que definiera Lefévre y que Brenner y su laboratorio de Harvard han desarrollado como procesos de urbanización diferencial en su teoría de la urbanización planetaria.

Lógicamente, ello ha supuesto un rápido proceso de reestructuración total de los espacios urbanos que explica la dificultad que entraña la formulación hoy de cualquier teoría urbana que pretenda ser de verdad explicativa. Algunas de estas dificultades, junto con la rapidez con la que parecen producirse los cambios, se expresan claramente en la citada proliferación de términos y expresiones descriptivas que, como se ha señalado, a menudo están huérfanos de contenido teórico y conceptual.

3. Recuperar el debate conceptual: hacia un intento de definición de la ciudad sin comercio.

En primer lugar, hay que aclarar el problema terminológico y las complicaciones que entrañan las traducciones demasiado automáticas¹³. El término inglés *Retailless* es fácil de adoptar por diversas razones. Una y principal es la facilidad de la lengua inglesa para formar flexiblemente términos nuevos aglutinando dos o más palabras, una flexibilidad que no poseen las lenguas románicas, que mantienen las palabras completas y una estructura sintáctica más o menos compleja. No cabe pensar así en denominaciones del tipo “ciudad-descomercializada” o, aún menos, “ciudad-con-poco-comercio al por menor”. Otra reside en la adopción generalizada en lengua castellana¹⁴ del término *Retail* para denominar el comercio urbano al por menor, lo que facilita el calco automático del nuevo término anglosajón.

Pero hay que llevar la reflexión más allá del aspecto formal de las palabras y de sus construcciones. En este sentido, no resulta inútil recordar que el comercio al por menor no puede nunca desaparecer del todo, ya que todos los ciudadanos y ciudadanas, unidades familiares, empresas e instituciones, independientemente de sus dimensiones y niveles de renta, siguen y seguirán consumiendo bienes y servicios de todo tipo al detalle, al por menor, como punto final de la cadena de distribución¹⁵. Por lo

¹³ Traducir ha sido siempre una tarea difícil, que algunos quizás exageradamente han tildado de traición. La cuestión es que los traductores profesionales poseen un gran dominio de la lengua, pero no los conocimientos técnicos, mientras que los especialistas dominan la terminología científica y técnica, pero no las lenguas. Para el caso de los estudios urbanos comerciales, ya se señaló la errónea traducción inglesa de la obra de Christaller, a cargo de un geógrafo, y la mala interpretación a que dio lugar (Beavon, 1977). En la vida cotidiana, un caso extremo muy conocido es el de los folletos de instrucciones que acompañan a tantos utensilios y máquinas, traducidos automáticamente y que no suelen ser en absoluto comprensibles.

¹⁴ También en lengua catalana, como sucede en Barcelona en numerosas instancias.

¹⁵ En los últimos tiempos, entre los especialistas y en los medios de comunicación se habla de la distribución de última milla, usando una unidad de medida anglosajona en un país que adoptó el sistema métrico decimal desde su misma sistematización a finales del siglo XVIII. Debiera hablarse en todo caso de distribución de último kilómetro, menor que una milla, o más exactamente de reparto a domicilio.

tanto, al definir la *Retailless City*, en realidad, se está pensando en una ciudad que, manteniendo o incluso incrementando la adquisición de bienes y servicios al por menor de sus ciudadanos y unidades de consumo, a través especialmente del comercio electrónico en todas sus formas, habría reducido de forma significativa el número de establecimientos comerciales a pie de calle, cambiando sus concentraciones y formas y afectando menos a los bares, restaurantes y locales de ocio. Se trata por tanto de un nuevo tipo de ciudad con pocos establecimientos comerciales, con pocas tiendas en relación a épocas anteriores, lo que podría denominarse con mayor precisión la ciudad sin tiendas¹⁶.

El primer paso para alcanzar una definición conceptualmente más clara de esta ciudad sin tiendas lleva a tratar de imaginar una ciudad de estas características, tal como hasta la actualidad nunca habría existido. Se intenta, por tanto, seguir la vía de un cierto idealismo platónico, en el sentido de analizar, en primer lugar, la posibilidad de la idea en sí misma y sólo después intentar ver su aplicación en la realidad territorial.

A partir de la tradición de los estudios comerciales en la que se inserta esta investigación, pensar la idea de una ciudad sin establecimientos de comercio al por menor puede parecer algo arriesgado. Más difícil aún resulta definirla conceptualmente, ya que la relación entre las actividades comerciales al por menor, en todas sus formas, y la ciudad ha constituido un elemento intrínseco tanto de los estudios comerciales como de los urbanos, en general. Hasta el punto que, a menudo, las actividades comerciales han sido asimiladas a la misma vida urbana¹⁷, como hiciera Jane Jacobs en su primera obra en la que denunciaba la muerte de las grandes ciudades americanas (Jacobs, 1961). El camino emprendido en este artículo pretende seguir un itinerario similar al de Jacobs en su segunda e influyente obra sobre la economía de las ciudades, en la que formulaba su famosa hipótesis de la precedencia urbana a la agricultura. Jacobs partía de la constatación de que era imposible entender y explicar el desarrollo de las antiguas grandes civilizaciones agrarias sin la existencia previa de alguna ciudad que permitiera articular una organización tan compleja (Jacobs, 1969). La tradición empirista anglosajona, en la que de alguna forma también cabe incluir a la propia periodista norteamericana, la llevó a buscar en las publicaciones acerca de los resultados de investigaciones arqueológicas alguna evidencia en los testimonios de excavaciones de asentamientos humanos permanentes que fueran anteriores a la revolución agrícola del Neolítico¹⁸, para poder probar su hipótesis¹⁹. La cultura clásica mediterránea, siguiendo a Platón o al muy posterior italiano Anselmo de Canterbury²⁰, permite afirmar sin complejos la primacía de las ideas sin necesidad de recurrir necesariamente a demostración empírica alguna.

Así, a pesar de la larga, conocida y reiterada producción literaria acerca de la relación entre ciudad y comercio, que fue revolucionada por la hipótesis de Jacobs, resulta posible identificar algún

¹⁶ *Ciutat sense botigues* en lengua catalana.

¹⁷ El primer estudio que publicamos sobre las concentraciones comerciales en Barcelona llevaba precisamente como subtítulo *Barcelona ciudad de compras*, a partir del eslogan comercial que afirma que donde hay comercio hay vida (Carreras, Domingo y Sauer, 1990).

¹⁸ Los norteamericanos Graeber y Wengrow, en una reciente publicación muy difundida que revisa la historia de la Humanidad, ponen en entredicho este concepto de revolución, tanto aplicada en el Neolítico, como a la industrial (Graeber y Wengrow, 2021; pp.25 y ss.).

¹⁹ Jacobs se informaba en una revista de alta divulgación como el *Scientific American*, creada en Los Angeles en 1845 y que sigue publicándose mensualmente, con una traducción en castellano, *Investigación y Ciencia*, desde 1976

²⁰ San Anselmo utilizó esta vía idealista en la formulación, a principios del siglo XI, de su argumento ontológico para demostrar la existencia de Dios.

precedente de proyectos urbanos en los que se planificaran pocos establecimientos comerciales, o sin ellos, y eso en tiempos relativamente recientes. Uno de los más importantes y conocidos de estos precedentes se puede encontrar en la formulación racionalista de la arquitectura y de la planificación urbana de finales del siglo XIX y principios del XX. El texto canónico de dicha concepción es sin duda la versión personal de Le Corbusier (1887-1965)²¹ de la Carta de Atenas, de 1933, aunque publicada nueve años más tarde. Muchos proyectos urbanos posteriores, desde su nunca realizada *Ville radieuse* de París, de 1935, hasta, por lo menos, el de Brasilia, de 1960, se basaron en estos principios; con ellos también, más o menos explícitamente, se proyectaron y construyeron barrios o conjuntos de este tipo en muchas ciudades de casi todos los países, de culturas y economías distintas, sobre todo a partir del final de la Segunda Guerra Mundial. Por otro lado, estos principios, fueron muy criticados desde fines del siglo XX, hasta hoy, pero nunca han sido substituidos aun totalmente por otros principios claramente distintos y mucho menos alternativos²².

De acuerdo con uno de estos principios, el de la relativa autonomía de los nuevos edificios planificados respecto de la trama urbana de calles y plazas, las plantas bajas de las torres y bloques se reservaban sólo para la accesibilidad y para el aparcamiento de los vehículos privados; al mismo tiempo, se potenciaban los espacios verdes abiertos gracias a la densificación de los altos edificios residenciales. Junto a ello, se introducía una especialización jerárquica de las vías urbanas según el tipo de tráfico. Algunos de los elementos básicos de la ciudad preindustrial fueron ignorados, especialmente la heterogeneidad formal y la jerarquía social de las vías, con sus plazas y calles mayores comerciales, incluso el propio centro histórico²³, al tiempo que se rompía con la relativa homogeneidad social, al introducir la segregación espacial que se derivaba de la zonificación funcional, el conocido *zoning*.

En algunos casos, se plantearon edificios de gran altura con algún piso alto dedicado a la actividad comercial interna, aunque casi nunca han llegado a funcionar efectivamente. Un ejemplo realmente emblemático de ello es el del Corviale, conjunto residencial construido entre 1975 y 1982 en el suburbio suroccidental de Roma, que consiste esencialmente en un edificio de un kilómetro de longitud, pensado para unos 4.000 habitantes, y que ha sido sometido a un gran proceso de renovación recientemente (Pollidori, 2013; Capano, Pascariello y Visone, 2018)²⁴.

El principio ordenador básico de la planificación urbana racionalista fue la zonificación, es decir, la especialización funcional de los distintos fragmentos del territorio, que formaban un mosaico completo, que entrañaba la separación de funciones y la especialización, frente a la heterogeneidad funcional y social de la ciudad preindustrial. En la distintas zonificaciones urbanas se preveían algunas grandes áreas comerciales en las periferias, conectadas a las vías de circulación rápida. Ello dio lugar a los llamados *malls* y *shopping centres*, grandes edificios de pocas plantas, destinados a usos

²¹ Redactada junto con el arquitecto catalán Josep Lluís Sert (1902-1983)

²² La entronización de Carlos III como rey de Inglaterra ha resucitado el tema de sus superficiales críticas a la arquitectura moderna y la posibilidad de continuar su famosa ciudad nueva de Poundbury. Con su nombre se creó un premio en la Facultad de arquitectura de Harvard. En el mismo sentido irían, por ejemplo, las críticas del escritor norteamericano Tom Wolfe (Wolfe, 1982).

²³ Esta concepción ya aparecía con cierta claridad en el Proyecto de Ensanche de Barcelona del ingeniero Ildefonso Cerdà, de 1859.

²⁴ Existen múltiples ejemplos similares en muchas ciudades. En la misma Italia se ha producido el famoso caso de Le Vele, en Scampia, en los suburbios de Nápoles, conocido internacionalmente a través de la serie televisiva sobre el libro *Gomorra*, del 2006, de Roberto Saviano, renovado recientemente.

comerciales y de servicios, especialmente del ocio, entre extensas superficies para el aparcamiento de vehículos.

A pesar de las tempranas y generalizadas críticas a la planificación funcionalista, grandes conjuntos de residencias unifamiliares y de enormes bloques han seguido prefigurando más o menos conscientemente esta ciudad sin comercio que se trata de pensar. Existen incontables ejemplos de ello tanto en las periferias de las ciudades de los países occidentales ricos (como los barrios de Bijlmermeer, en Ámsterdam, Le Mirail, en Toulouse o Bellvitge, en L'Hospitalet), como en las ciudades socialistas (bloques de la Leninsky Propeckt de Moscú o los de Grbavica de Sarajevo y tantos nuevos polígonos en muchas ciudades chinas), como en las grandes ciudades de los países del sur pobres (como Villa Portales, en Santiago de Chile, o Alphaville, en Sao Paulo). La consecuente homogenización morfológica y paisajística de las periferias de las ciudades, de sus áreas suburbanas, ha permitido resituarse como nuevo objeto de estudio el centro de las ciudades y sus dinámicas de mutación y desertificación comercial. Desaparecen muchos establecimientos comerciales, más o menos emblemáticos, como consecuencia de la selectiva localización de las empresas con mayores beneficios, en su mayoría firmas internacionales, tanto financieras, como comerciales y de negocios diversos, que pueden hacer frente al aumento constante de los precios del mercado del suelo e inmobiliario²⁵ o, incluso, participan en el negocio inmobiliario con sus sucesivas compraventas.

Otro ejemplo especial de ciudades sin comercio ha sido el que han experimentado muchas ciudades del este Europeo en su proceso de transición hacia el capitalismo, a partir de los cambios geopolíticos posteriores a 1989. Algunos especialistas han tratado de definirlos como ciudades híbridas²⁶ entre los dos sistemas económicos, pero los elementos introducidos por el socialismo han mostrado escasa resiliencia. Así, mientras los procesos judiciales en torno a la privatización de las viviendas han sido muy numerosos y complejos, las empresas internacionales han penetrado rápidamente en numerosos sectores. Las más evidentes, junto a las financieras y algunas industrias, las de los centros comerciales que han proliferado difusamente, introduciendo una atmósfera de americanización de las sociedades urbanas en reestructuración. La quiebra del Estado socialista ha hecho desaparecer todos los establecimientos comerciales públicos anteriores, acentuando la desertización comercial en muchos casos²⁷. No es el caso, en cambio, de la capital bosnia de Sarajevo dada la fuerza de la población y cultura islámica que ha permitido la continuidad del viejo y céntrico bazar, a pesar de la proliferación de los nuevos centros comerciales²⁸, mayoritariamente de capital croata (Carreras y Moreno, 2007).

Tras la gran crisis del capitalismo de los años setenta, con su posterior reestructuración a partir de la hegemonía del capital financiero, se dio lugar a la aparición de las llamadas ciudades globales, un fenómeno mucho más extendido que el que se indicaba en su primera definición sociológica (Sassen,

²⁵ El geógrafo francés Michel Rochefort (1927-2015), con quien compartimos un seminario en São Paulo en 2006, analizando el París central, definía este proceso como el *affinage du tertiaire* (Rochefort, 1975; pp. 80-82).

²⁶ En 2013, el profesor Petros Petsimeris, organizó una sesión sobre este tema en el *Annual Meeting* de la *Association of American Geographers*, celebrada en el emblemático hotel Bonaventure, en Los Angeles. En ella presentamos nuestros estudios sobre Sarajevo, que no han sido publicados.

²⁷ En la sesión sobre Ciudad, Comercio y Consumo, organizada por los profesores Patricia Olivera y Herculano Cachinho en el marco del Congreso de la UGI de París, en 2022, el profesor Pawel Smolinski, presentó el caso de la ciudad polaca de Torun con el significativo título de *Do We really need so many shopping spaces?*, infelizmente aun no publicada.

²⁸ La ley islámica prohíbe la venta de bebidas alcohólicas en estos nuevos centros, lo que imprime un carácter peculiar incluso a estas nuevas instalaciones.

1990)²⁹. Las posteriores crisis sucesivas del sistema durante las primeras décadas del siglo XXI, financiera primero, sanitaria, después, climática y geopolítica siempre, han originado nuevos y radicales cambios en los paradigmas de la explicación de la ciudad y de la sociedad, en general. Se ha llegado a definir así este período como una crisis en sí mismo, como hiciera de forma premonitrice Milton Santos (1926-2001) en su última obra. Dentro de la evolución general de esta era que ya fue definida como el Antropoceno por el impacto masivo de la sociedad humana sobre el Planeta a partir de inicios del siglo XX al menos, se ha propuesto un nuevo período, el Viroceno, a la vez que se plantea la resiliencia como sustituta de la idea del progreso en la configuración de las estrategias sociales y políticas (Santos, 2000; Ellis, 2018; Tzanelle, 2021; Graeber y Wengrow, 2021; Rifkin, 2022).

Con el gran precedente del urbanismo racionalista que aún pervive y en el contexto especial de crisis estructural de toda la sociedad, de cambios y de incertidumbres, se enmarca la posibilidad de imaginar una ciudad sin comercio, a pesar de las incógnitas que pueda plantear aún su posible sostenibilidad (Carreras y Frago, 2022). Se puede pensar además como uno de los procesos de urbanización diferencial que se formulan en la teoría de la Urbanización planetaria (Brenner, 2014). Las ciudades continúan en su proceso de reestructuración y dinámica constante, incluso algunas pueden desaparecer, inmersas dentro de un paisaje general de edificios residenciales diferentes, con concentraciones muy distintas y en todo tipo de localizaciones, formando nuevos barrios, que reproducen a gran escala la utopía de la ciudad de los 15 minutos, y difunden en todo el territorio la pseudo-utopía de la Smart City, a través de la generalización del uso de las nuevas tecnologías con la creciente digitalización y el desarrollo de la inteligencia artificial y sus múltiples aplicaciones (Ondiviela, 2021; Frago, 2021). Un reciente y especialmente estimulante análisis de uno de estos posibles procesos diferenciales se ha realizado para la ciudad de Buenos Aires, que ha sido presentada como un nuevo modelo, como una ciudad de burbujas (Buzai, 2021).

Así pues, las ciudades hoy podrían estar reconfigurándose sin la jerarquía de las calles comerciales, sin calles mayores, sin centros urbanos comerciales ni grandes áreas especializadas, sino con pequeñas concentraciones de establecimientos comerciales y de servicios más o menos regularmente distribuidos y socialmente segregados. Los bares, cafeterías y restaurantes quizás podrán ser los establecimientos más ubicuos, que se localizan un poco por todas partes, sirviendo las áreas residenciales y su segregación social, así como las turísticas. Los antiguos centros históricos o los centros funcionales o simbólicos urbanos, de alguna forma, se convierten crecientemente en museos vivos y al aire libre, en escenarios y plateas de la sociedad del ocio y del espectáculo, abiertos a todo tipo de visitantes, especialmente en los momentos en los que coyuntura hace posible la movilidad internacional, incluso a los propios residentes que pueden ser turistas locales. Numerosas ciudades intentan reforzar y aumentar sus espacios para el paseo, difundiendo nuevas formas del *flâneur* que cantara Baudelaire en el París de la primera mitad del siglo XIX³⁰, y basados en el uso del transporte público y en la difusión bicicletas y patinetes de todo tipo, en dura competencia y en detrimento de los automóviles.

Todo ello implica la necesidad de un incremento del papel del sector público, a pesar de su generalizado descrédito aparente, dado que los establecimientos comerciales cerrados ya no pueden contribuir a la iluminación, limpieza, ornamentación y amenización, incluso seguridad, de los espacios públicos. Esta evolución podría llevar a la producción de unos espacios urbanos que se

²⁹ Hemos estudiado especialmente el caso de São Paulo como metrópolis global de América Latina, tema no exento de debate (Santos, 1990; Carreras, 2004). Precisamente en casa de Milton Santos el autor pudo debatir personalmente con Saskia Sassen sobre este particular.

³⁰ Analizado a fondo en su obra inconclusa por Walter Benjamin (1892-1940), tanto la poesía de Baudelaire, como la figura del flâneur (Benjamin, 2006; especialmente pp. 247-404 y 434-472).

fragmenten en una especie de archipiélago artificial, con una movilidad muy selectiva, especialmente de recursos y de productos manufacturados, dentro de una sociedad que sería menos móvil, en detrimento de la concepción tradicional de la ciudad como un ente cerrado y absoluto. Cada ciudadano se urbaniza, el conjunto de la sociedad se ha urbanizado, cada territorio deviene urbano, por la difusión de los valores y las características de la sociedad de los consumidores basa en la revolución científico-técnica e informacional (Santos, 1996; Carreras, 2020). Ello a través de una enorme diversidad de procesos diferenciales, con paisajes contrastados en sus densidades, en sus usos y en sus formas. De hecho, lo urbano, la sociedad urbana se levantaría contra la vieja idea de ciudad; se estaría concretando de alguna forma la Revolución urbana que Lefévre avanzó en 1970.

4. Barcelona modelo improbable: hacia una ciudad sin comercio

Si una ciudad sin comercio puede ser al menos pensada idealmente, como se ha visto, se requiere seguidamente intentar un análisis real de esta idea en una ciudad concreta y el caso de Barcelona ofrece mayores posibilidades, no tanto por la existencia de datos consistentes con este objetivo, sino, sobre todo, por ser el objeto de estudio más conocido tras largos años de investigación en equipo. El incremento constante de todo tipo de comercio electrónico, incluso en el mercado de segunda mano y entre particulares, que no por ser de base digital puede ser entendido como un proceso de digitalización, por una parte, y el cierre regular de muchos establecimientos comerciales, tanto de grandes como de pequeñas empresas, por otra, constituyen la base para la hipótesis que aquí se defiende. Las medidas restrictivas impuestas por el Estado y por las comunidades autónomas para combatir la pandemia del COVID'19 en muchas ciudades no han sido en modo alguno el elemento que ha iniciado este proceso, pero ha incidido sin duda en la aceleración de algunas de las dinámicas que ya estaban operando en este sentido.

En primer lugar, hay que destacar un hecho social, mucho más que demográfico, que tiene una gran influencia en la explicación del actual cierre de muchas empresas comerciales. Debido a la estructura jurídica eminentemente familiar de la mayoría de las empresas, la evolución de la propia familia como institución incide en la supervivencia y continuidad empresarial. Este es un hecho que no afecta tan sólo al comercio, sino que también se registra en las empresas familiares agrarias e incluso en las industriales³¹. Ya en unas jornadas sobre la crisis de la empresa familiar, organizadas en 2004 por el Gremio de comerciantes de Cataluña en Montbrió de la Marca, se señaló, con escaso eco, que la crisis no era empresarial, sino familiar. Por un lado, se ha registrado una disminución constante del tamaño de las familias en toda España, más acentuada en Cataluña (Campo y Rodríguez-Briosos, 2002) con la aparición de nuevos tipos de familia (unipersonales, monoparentales u homoparentales y homomarentales) y también con la difusión de nuevos valores que llevan a desear para los hijos una mayor formación y preparación que la de los padres. Así, muchos negocios cierran por falta de descendientes o porque los que existen no quieren continuar el negocio. Una demostración de ello por contraste lo constituyen muchos de los pequeños establecimientos de empresarios asiáticos, especialmente paquistanís³², que proliferan en muchas ciudades con su estructura familiar tradicional islámica aparentemente aún sin crisis.

³¹ Si el escaso desarrollo de las sociedades anónimas ha ligado a los avatares familiares a muchas industrias familiares catalanas, en el mundo agrario el abandono de fincas por falta de relevo familiar ha propiciado la venta de muchas de ellas a ciudadanos nacionales o extranjeros dentro de la expansión del denominado turismo rural (Nadal, 1988; Cabana, 2011).

³² En Barcelona, muchos de estos establecimientos se han integrado en la cadena CONDIS de supermercados, de la empresa familiar catalana de los hermanos Condal Escudé, creada en 1961, que, a su vez, habría abierto establecimientos en Paquistán.

Dentro de este contexto de la crisis de los negocios familiares tradicionales, se puede analizar la evolución de los establecimientos en Barcelona y Cataluña. De acuerdo con el censo comercial de Cataluña³³, en el período inmediatamente anterior al inicio de la pandemia, entre 2017 y 2019, un 5% de los establecimientos comerciales habría cerrado en todo el país, cifra que se eleva al 16% si se tiene en cuenta la superficie comercial afectada por estos cierres. Que los establecimientos de mayores dimensiones se vean más afectados por el cierre puede ser una función directa del aumento de los precios del mercado inmobiliario. Las regiones más densamente pobladas del litoral catalán, especialmente las áreas más afectadas por los diversos procesos de metropolización de Barcelona, han sido las que registraron mayor número de cierres. Esta dinámica de cierres se ha desarrollado en un doble proceso.

Por un lado, en primer lugar se produjo una concentración comercial en los diversos subcentros metropolitanos, las capitales comarcales y municipios similares, mientras que las localidades de menor porte perdían oferta comercial, todo ello al mismo tiempo que se difundía la oferta de las grandes marcas nacionales e internacionales, a través de sistemas de franquicias, sucursales u otras fórmulas jurídicas parecidas³⁴. Este proceso de concentración comercial puede apreciarse en el hecho de que, en 1990 todos y cada uno de los 947 municipios catalanes contaban al menos con un establecimiento comercial, en 2019, en cambio, una décima parte de ellos, casi un centenar, ya no tenían ninguno (Frago, 2011, 2021 y 2022).

Por otro lado, en segundo lugar, en estas nuevas concentraciones comerciales se fue apreciando el cierre de muchos establecimientos comerciales a pie de calle, especialmente los de las empresas más capitalizadas, franquicias de compañías nacionales o internacionales. Este fenómeno fue general sobre todo en lo que se refiere a las oficinas bancarias, a muchas tiendas de vestido y moda y a las especializadas en telecomunicaciones. Era la forma local de lo que en Estados Unidos se denominaba ya, de forma quizás un tanto retórica, el apocalipsis del *Retail*.

Los censos comerciales que se han realizado para el caso de la ciudad de Barcelona en los años 2014, 2016 y 2019³⁵ muestran una tendencia semejante a la del conjunto de Cataluña. Entre el primero y el tercer censo han desaparecido un total de 8.402, de los 67.434 locales comerciales iniciales. Además, el censo de locales cerrados representaba un 16,2%, en 2014, un 22,8% dos años después, y ascendía al 29,0% en 2019. Los establecimientos afectados eran eminentemente tiendas de material electrónico, de juguetes, mercerías y quioscos de periódicos³⁶. El análisis de los porcentajes de incremento de locales comerciales vacíos, comparando los resultados de los censos de 2016 y 2019, proporciona el detalle territorial con unos resultados muy claros de este apocalipsis comercial a escala local, especialmente fuerte en los barrios periféricos (fig. 2). Este análisis en profundidad ha sido realizado por miembros del equipo de investigación en plena coherencia con lo que se plantea en este artículo y llega a unas conclusiones muy interesantes al relacionar la dinámica de las explosiones e implosiones con la teoría de los dos circuitos de la economía que planteara Milton Santos. (Morcuende y Lloberas, 2022)

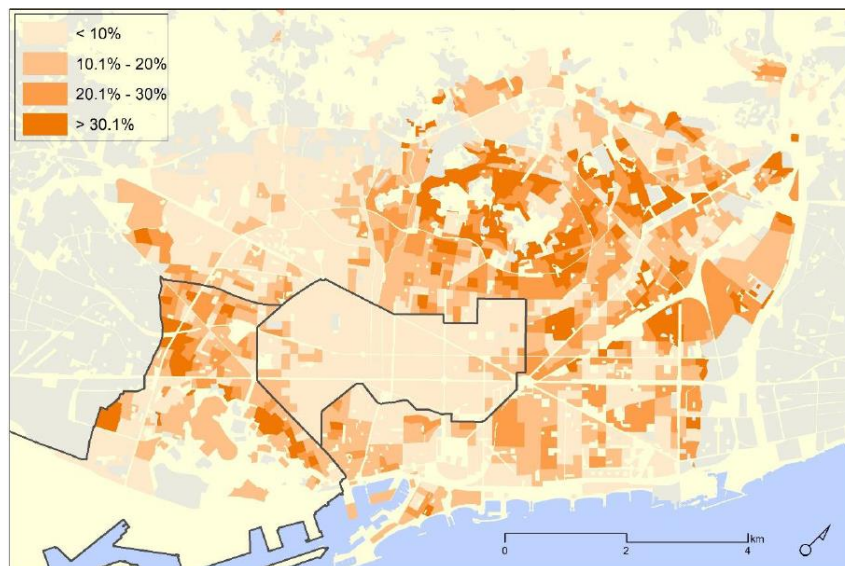
³³ Consultable on line: <https://censcomerc.empresagencat.cat/#/inici>

³⁴ En la literatura especializada y en los medios de comunicación se aprecia un abuso del término franquicia, una de las formas jurídicas de la multiplicación de establecimientos de marca que no puede conocerse sólo a través de las técnicas de observación que se aplican en los censos y estudios comerciales.

³⁵ Estos censos se realizan a partir de la herramienta del Streetview que registra de forma exclusivamente aparente el cierre de los locales.

³⁶ Datos consultables on-line: <https://opendata-ajuntament.barcelona.cat/data/ca/dataset/cens-activitats-comercials/resource/c933fa10-a965-4509-8de6-e519281dc245>

Figura 2. Evolución de los establecimientos vacíos en Barcelona entre 2016 y 2019, a partir del censo comercial



Fuente: Morcuende y Lloberas, 2022; p. 10.

Para el período 2018-2020, se cuenta con otra base de datos elaborada a partir de estudios de campo más precisos que los de los censos, también del momento justamente anterior a la pandemia, sobre veintisiete ejes comerciales de quince ciudades catalanas, dentro y fuera del ámbito metropolitano. Solo dos de estas localidades presentaban en 2020 un porcentaje de locales cerrados inferior al 10%, mientras que tres superaban el 20% (Rubí, Tarragona y Santa Coloma de Gramenet); el resto se situaban entre ambos extremos (Perfil de ciutat, 2020). Cuando los análisis se consiguen extender a todo el centro urbano, no sólo a los ejes destacados, se ha podido constatar que este porcentaje de locales cerrados puede sobrepasar el 30%, como es el caso de la ciudad de Valls (Frago, 2021), siguiendo por tanto un patrón territorial similar al de la ciudad de Barcelona.

Esta tendencia hacia lo que podría considerarse una auténtica desertificación comercial se ha acelerado debido a las consecuencias de los confinamientos decretados, más o menos legalmente, frente a la pandemia, a partir del año 2020. Según las estimaciones de Barcelona Comerç, la mayor asociación comercial de los establecimientos situados en los llamados ejes comerciales de la ciudad, desde el mes de marzo del 2020 habrían podido cerrar entre 3.000 y 6.000 establecimientos del llamado ahora sector no esencial, mientras que bares y restaurantes, tiendas de alimentación de distinta gama y las de equipamiento del hogar serían los más resilientes³⁷.

Cabe señalar que esta especie de apocalipsis comercial ha afectado incluso al propio centro simbólico y comercial de la ciudad de Barcelona y a muchas de sus grandes firmas comerciales. Los pequeños negocios tienen grandes dificultades para hacer frente al incremento de las rentas del suelo y de los alquileres, mientras que algunas de las grandes cadenas desarrollan sus ramas de comercio electrónicos con el fin de reducir sucursales y franquicias³⁸. Esta crisis actual del centro se ha visto agravada por otros dos fenómenos distintos. Uno, más conocido, la reducción de la movilidad

³⁷ Información obtenida a través de entrevista con los responsables de Barcelona Comerç por parte de Lluís Frago (Carreras y Frago, 2022).

³⁸ Hay que señalar también que, al mismo tiempo, grandes empresas comerciales han abierto pequeños puntos de venta y distribución en centros urbanos, como es el caso en Barcelona de IKEA, Decathlon o Leroy Merlin.

internacional con la consiguiente disminución del turismo nacional y extranjero. El aeropuerto de Barcelona, que registró un movimiento de 52,7 millones de pasajeros en 2019, cayó a los 12,7 en 2020 y subió ligeramente, a los 16,8 el año siguiente. La recuperación posterior no parece aún asegurada a largo plazo, y aún menos el consumo de los turistas que se desplazan en la actualidad. Otro fenómeno importante, aunque menos estudiado, es el cierre o, al menos, abandono mayoritario de muchas oficinas y despachos profesionales a causa del impacto del trabajo a distancia en línea, el llamado teletrabajo. Aunque no es posible aun ni cuantificar ni cualificar el alcance y la continuidad de ambos fenómenos, podría de algún modo afirmarse que desde el punto de vista comercial el centro de la ciudad experimentaría un cambio muy parecido al que se dio respecto a las entidades bancarias que habían ocupado el centro, especialmente el eje del paseo de Gracia, durante la segunda mitad del siglo XX³⁹.

La reestructuración reciente de la banca española ha llevado a la reducción drástica del número de bancos y de cajas de ahorro en España, a través de un complejo sistema de compras y fusiones, que, junto con la digitalización de muchos de los procesos, ha redundado también en una clara disminución del número de sucursales y oficinas (Cabana, 2013). Entre 2015 y 2021, las oficinas bancarias en la ciudad de Barcelona se han reducido en un 48,9%, pasando de 1.290 a 619⁴⁰. Esta sensible disminución incide negativamente en la accesibilidad de los consumidores a la gestión de sus fondos, al mismo tiempo que complica el servicio que dichas entidades prestan a los establecimientos comerciales en sus operaciones en efectivo. Los cajeros automáticos intentan paliar estos cierres al mismo tiempo que los locales de antiguas sucursales bancarias que permanecen vacantes mientras las entidades esperan la recuperación del mercado inmobiliario han sido objeto a menudo de ocupaciones ilegales como vivienda, más o menos duraderas y efectivas⁴¹.

5. Políticas locales tentativas de alternativa

En primer lugar, cabe señalar que los empresarios comerciales, todos los consumidores, y todos los ciudadanos en general se ven afectados por la incertidumbre que generan los cambios asociados a la gran reestructuración del sistema económico a la que se estaría asistiendo, quizás una verdadera transición hacia otro nuevo sistema, acelerados aún más por los efectos de una pandemia que no cesa del todo, que combina los efectos del cambio climático y de un cambio global⁴². Las autoridades locales, responsables y gestores de los distintos niveles de las administraciones públicas, se encuentran así ante un gran desconcierto respecto a las políticas que deben y pueden aplicar para intentar paliar los efectos más negativos de estos cambios.

³⁹ El Paseo de Gracia de Barcelona, buque insignia del centro comercial de la ciudad, tras una primera etapa de bares, restaurantes, cines y establecimientos comerciales de lujo, experimentó un auge de sucursales bancarias en los años 1950 y 1960, para convertirse en el escaparate de las grandes marcas del lujo y del prêt-à-porter hasta llegar a la crisis actual. El autor está realizando en la actualidad una investigación detallada acerca de la evolución histórica comercial de esta calle emblemática de la ciudad.

⁴⁰ Datos ofrecidos por el Banco de España: *Distribución geográfica de oficinas de entidades de crédito por entidad (2015-2021)*. Consultable en línea: https://app.bde.es/exbwciu/GestorDePeticones?IdOperacion=beexbwciu_DistribucionGeograficaExcel&token=aa10f9f6-8a16-4833-bc90-edf2ac663764

⁴¹ En noviembre del 2021, un incendio en uno de estos locales ocupados en la plaza Tetuan de Barcelona causó cuatro víctimas mortales.

⁴² Un economista francés ha avanzado ya una denominación para este nuevo sistema, Tecnofeudalismo (Durand, 2020).

Desde los momentos en que la ciudad de Barcelona dejó de ser eminentemente industrial (Montesinos, 2019), coincidiendo con la gran reestructuración del sistema económico de los años 1970 y con el cambio político en España, las actividades comerciales habían alcanzado un cierto privilegio en las políticas de los responsables de las administraciones locales y regionales. Políticos de signo diverso contemplaban el sector comercial, compuesto por decenas de miles de pequeñas empresas familiares, con un claro enfoque clientelista o, al menos, electoralista. A la multiplicidad empresarial se unían las tradicionales dificultades para el asociacionismo entre los comerciantes, con numerosas organizaciones diferentes y fuertes pugnas por el liderazgo⁴³.

El gran tamaño del potencial electoral y la fragmentación institucional justifican en gran parte la evidente y paradójica continuidad de las políticas municipales que se ha constatado a través de los gobiernos de distinto signo de la ciudad respecto a la protección, al menos formal, del llamado comercio de proximidad, tradicional y local. Dentro de la moda por ser modelo en algún sentido en esta ciudad (Monclús, 2000), se ha llegado incluso a considerar un modelo comercial “catalán”. Un modelo que se basaría en una cierta importancia en Barcelona de lo que son las formas del comercio en la mayor parte de las ciudades mediterráneas en general; importancia localmente apoyada en el mantenimiento de los 41 mercados municipales que sostienen la vida comercial a escala de barrio. Con ello se quería ponderar lo pequeño y lo local frente a lo grande y lo foráneo de una forma relativamente superficial y acrítica en consonancia con la onda ecologista imperante (Carreras y Martínez-Rigol, 2019).

Una primera iniciativa política fue la de promover los llamados establecimientos emblemáticos. El instituto municipal del paisaje urbano y la calidad de vida, gestor del catálogo del patrimonio arquitectónico de la ciudad, emprendió la definición de unos establecimientos que se llamaron emblemáticos (Ferrer, 2001). Entre 1994 y 2007, se otorgaron 125 placas a establecimientos que se consideraban de este tipo: tenían más de cincuenta años de antigüedad y habían mantenido con cuidado el carácter original de su decoración exterior e interior; seguían en el mismo emplazamiento y trabajaban dentro de la misma rama del sector comercial. No se otorgaba ningún tipo de subvención, ni protección; las placas que se colocaban en el suelo, en la acera, frente a la entrada del establecimiento, constituían tan sólo un reconocimiento para apoyar al propietario en la conservación. Desde entonces los censos sobre este tipo de establecimientos han ido cambiando y se han ido tornando quizás más exhaustivos, por cuyo motivo se han ido catalogando cada vez más establecimientos, aunque no se han colocado más placas. Por otro lado, a principios del siglo XXI, habían ya cerrado 39 de estos establecimientos, que conservaban tan sólo las placas (Carreras, 2003). El último censo realizado por el ayuntamiento de Barcelona en 2012 identificó un total de 454 establecimientos, todos ellos situados en la Barcelona histórica y en los centros de los antiguos municipios anexionados a la ciudad entre 1897 y 1902, en los que se incluían 118 establecimientos “emblemáticos” y otros 336 establecimientos “destacados” unos y el resto “mencionados”, siendo los “destacados”. Era una medida de tipo paisajístico formal y en absoluto económica, por lo que su éxito ha sido casi nulo. El énfasis se situaba en los importantes aspectos psicológicos del consumo, destacando la vinculación sentimental de los ciudadanos con los hitos urbanos de su vida cotidiana. Con el cierre de cada uno de estos establecimientos se pierde algo de la vida de los ciudadanos,

⁴³ De las asociaciones de comerciantes de calle, más o menos cohesionadas por el viejo Gremio de Comercio del Fomento del Trabajo, se pasó a un creciente número de ejes comerciales urbanos promovidos por el Ayuntamiento de Barcelona, agrupados hoy en la fundación *Barcelona Comerç*, que compiten con la asociación *Barcelona Oberta*, heredera en parte del antiguo *Shopping Line* creado por la Cámara de Comercio, a partir de un primer estudio (Carreras et al, 1990). Detrás de cada organización aparecen personas que pretenden representar a todo el sector frente a la administración.

clientes o simples observadores, fenómeno que alcanza un gran eco en los medios de comunicación (Carreras y Frago, 2016).

Más recientemente, mientras desde el gobierno catalán se impulsan, con indudable retraso, los *Business Improvement Districts*, los famosos Bids anglosajones⁴⁴, la autoridad provincial promueve una serie de debates entre agentes y especialistas comerciales a escala local y el ayuntamiento de Barcelona implanta dos nuevas estrategias que pretenden ser alternativas al cierre comercial. Todo ello naturalmente va acompañando del incremento de la promoción de vivienda pública y asequible, en favor de los residentes, con resultados no siempre visibles.

Una de estas estrategias locales, que ha alcanzado un cierto reconocimiento internacional, se basa en el llamado programa de las *superilles*, supermanzanas (Ajuntament de Barcelona, 2021). Mirando hacia atrás, cuando hacia 1930 Le Corbusier trabajó en Barcelona sobre un plan urbanístico que no se implantaría debido a la coyuntura política nacional e internacional, ya se proponía agrupar las manzanas del Ensanche del siglo XIX en unas supermanzanas residenciales. Se trataba de la adaptación de los principios del racionalismo arquitectónico, con edificios altos y muchos espacios abiertos a nivel del suelo; en este caso se proponía reunir nueve manzanas existentes y construir un solo edificio alto de formas longitudinales y quebradas⁴⁵. Como se ha sugerido en la hipótesis formulada anteriormente, el racionalismo funcionalista desarrolló unos principios muy avanzados para su época, de vanguardia, que, contrariamente a la opinión generalizada, han mantenido su vigencia en muy diversas formas.

La propuesta municipal no invoca explícitamente este precedente, más que de una forma vaga, ya que se presenta como una adaptación de la trama del siglo XIX a la llamada ciudad de los quince minutos, como área residencial que ha de contener los servicios básicos, elaborada a partir de principios genéricos de Ecología urbana (Rueda, 2017; Moreno et al., 2021). Por esta razón, uno de los objetivos principales del proyecto es hacer frente a los retos del cambio climático, con el aumento de la vegetación urbana⁴⁶ y la reducción del tráfico automovilístico, mientras que se continúa con la estructura comercial tradicional de tiendas a pie de calle, sin intervención municipal, sin tener en cuenta la crisis y los cambios analizados, ni tan sólo las necesidades de suministro de estos establecimientos dispersos. Por ello se intenta implementar lentamente y no sin grandes resistencias una ciudad eminentemente residencial y paseable, fragmentada en unas nuevas unidades más pequeñas que los barrios tradicionales y administrativos de la ciudad, si tener en cuenta la perspectiva urbana integral ni su realidad metropolitana (Frago y Graziano, 2021).

Frente al problema del enorme aumento del número de locales comerciales vacíos, se ha formulado una segunda estrategia que se basa en la compra por parte de ayuntamiento de algunos de estos locales vacantes para gestionar nuevos usos, comerciales o culturales. Se trata del programa *Local local*, que juega con el doble sentido que tiene la palabra como sustantivo y como adjetivo en la lengua catalana. Se trata de una estrategia similar a la de las viviendas de protección oficial, a menor escala aún, a través la cual la administración pública pasa a jugar un cierto papel de promotor privado, que pretende intervenir directamente contra la abusivamente llamada “*gentrification*” y contra la especialización, con una concepción excesivamente generalista y relativamente desenfocada

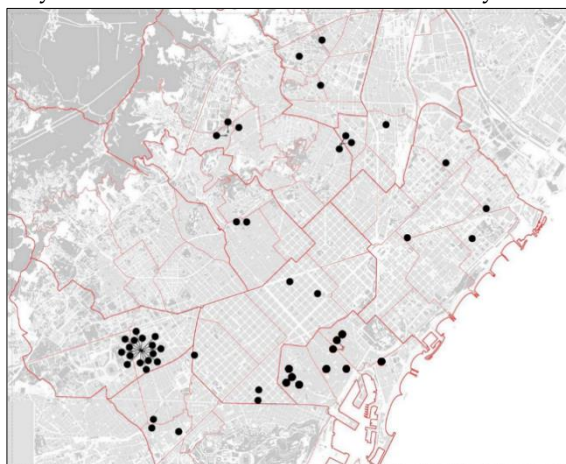
⁴⁴ En diciembre de 2020, el parlamento catalán aprobó la ley de las llamadas Áreas de promoción económica urbanas (APEU), que encuentran dificultades en su aplicación y desarrollo.

⁴⁵ Tan sólo se ensayó un conjunto en el barrio de Sant Andreu, entre 1932 y 1936, a cargo de los arquitectos Sert, Torres Clavé y Subirana, conocida como la casa Bloc.

⁴⁶ El famoso *greening of the cities* que ya se formulaba décadas atrás (Nicholson-Lord, 1987)

del tema⁴⁷. El programa ha gestionado 16 locales comerciales entre 2017 y 2020 y a finales de 2021 se compraron 50 locales más, en total menos del 0,5% de los locales cerrados en los últimos años (fig. 3), cuya puesta en funcionamiento resulta muy lenta y difícil. Para compensar la relativa parcialidad de la medida se intenta conectar con la implantación de las nuevas APEU, aunque todavía es pronto quizás para analizar unos primeros resultados no demasiado esperanzadores.

Figura 3. Mapa que representa la localización de los locales comerciales adquiridos por el Ayuntamiento de Barcelona entre 2017 y 2021



Fuente: elaborado por Lluís Frago (Carreras y Frago, 2022; p. 12).

6. Conclusiones

Como se ha señalado, dado lo reciente del proceso y la falta de series de datos sólidos para el análisis no se pueden presentar auténticas conclusiones en relación con la hipótesis de una futura ciudad sin comercio en proceso. Se ha tratado de explicar, y no de modo absoluto ni completo, unas tendencias que, por otro lado, pueden cambiar tan rápidamente como se han introducido⁴⁸. Pero del análisis y de las reflexiones que se han realizado y a partir de la experiencia presentada se pueden avanzar algunas constataciones si no conclusiones más generales de lo que sería quizás deseable.

Una primera constatación se refiere a la pervivencia y continuidad de las propuestas urbanísticas que iniciara Ebenezer Howard con su proyecto de ciudad jardín de 1898⁴⁹ y que con el racionalismo funcionalista tres décadas más tarde fueron elevados a principios generales de ordenación urbana con valor casi universal. A pesar de la complejidad del fenómeno urbano y de las diferentes dinámicas económicas, sociales, culturales y políticas a lo largo de la historia contemporánea, la zonificación funcional se ha mantenido casi intocable en muchos lugares y ocasiones. Buen ejemplo de ello son muchos de los problemas que encuentra la transición al capitalismo de las antiguas ciudades socialistas (Tsenkova, 2009) o los 1.249 cambios de uso sobre el Plan General Metropolitano de Barcelona, aprobados entre 1976 y 2014 (AMB, 2014) y que continua. Por ello es evidente la

⁴⁷ Ajuntament de Barcelona. *Compra pública de locals comercials per lluitar contra la gentrificació*. Consultable on line: https://ajuntament.barcelona.cat/fomentdecitad/ca/noticia/compra-publica-de-locals-comercials-per-lluitar-contra-la-gentrificacio_694856

⁴⁸ El serio evaluador anglosajón, el referee, no dejaría publicar un artículo como el presente porque no contiene suficientes datos empíricos para demostrar la hipótesis, mientras el investigador social latino se pregunta cómo se puede hacer avanzar el conocimiento, sin verse obligado a realizar siempre estudios históricos.

⁴⁹ Que cuenta en Barcelona con el precedente importantísimo del Ensanche Cerdà, de 1859.

necesidad de buscar nuevos principios y nuevas formas de planificación urbana que sean suficientemente flexibles y dinámicos frente a los cambios que introducen los retos medioambientales, sociales, económicos, culturales y políticos en la actualidad. En el horizonte de la urbanización planetaria que se está intentando definir y explicar, quizás se podría tener más en cuenta los procesos en marcha que simplemente los usos de suelo, con el fin de ofrecer algunas alternativas, a partir de la puesta en valor de las diversas unidades de paisajes urbanos diferenciales, diferenciados y diferenciados.

Una segunda constatación se refiere a la dinámica de los procesos en curso en esta urbanización planetaria. Si en el pasado la contradicción entre el campo y la ciudad y sus diferentes papeles constituyeron el motor de la historia, podría hoy pensarse que la contradicción entre lo global y lo local sería un nuevo motor de buena parte al menos de estos procesos. En un trabajo sobre la evolución de la ciudad mártir de Sarajevo, se lanzaba la hipótesis de que la que se ha dado en llamar modernización se producía cuando por causas internas o externas, los territorios locales se veían directamente afectados por estructuras globales, o, al menos, organizadas a una escala superior. Una modernización que no debe entenderse como una fase superior o más avanzada de cualquier tipo de progreso, sino que se entiende como una reestructuración de los elementos sociales, económicos, culturales y políticos dominantes, sin atribuir dirección predeterminada alguna a la flecha del tiempo (Carreras y Moreno, 2007). Una propuesta de concreción de lo que teorizó Milton Santos en su propuesta metodológica de las verticalidades y las horizontalidades, interpretando las geografías del presente (Santos, 1996; pp. 223-229)

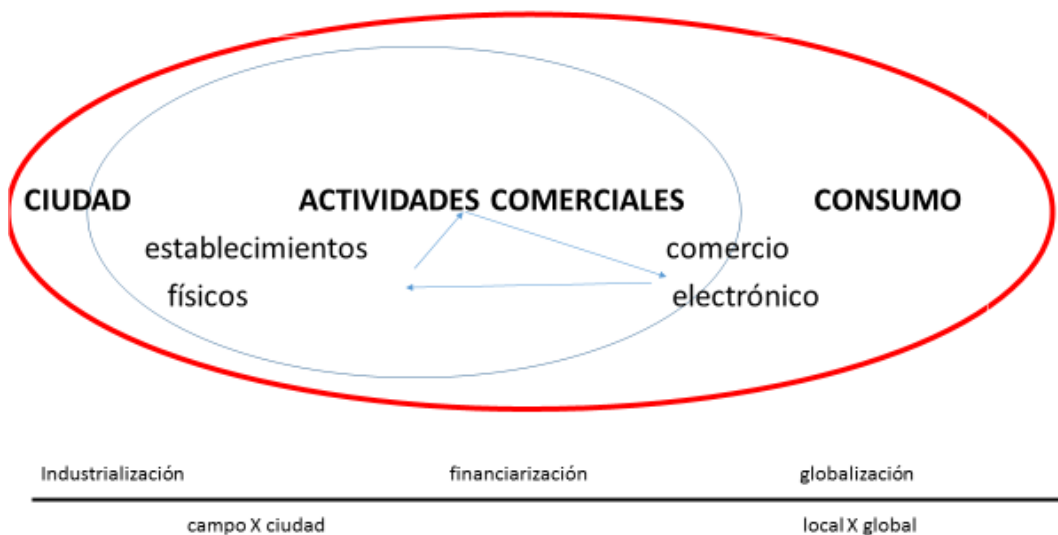
A partir de los análisis interdisciplinarios sobre el comercio y el consumo urbano en las últimas décadas, cabe una tercera constatación referida al constante aumento de las desigualdades sociales y económicas en todo el mundo (Piketty, 2013 y 2021), lo que puede permitir pensar otras formas de globalización, como las que apuntaba Milton Santos en su última obra (Santos, 2000). A una escala urbana local, el reto más importante planteado frente a la creciente desigualdad social y económica es el de encauzar la revolución urbana en marcha hacia una adquisición generalizada del derecho a la ciudad (Lefebvre, 1968 y 1970).

Una cuarta constatación, se refiere a la necesidad de repensar de forma coherente y explicativa la estructura y lógica interna de las actividades comerciales, superando las clasificaciones materialistas, basadas únicamente en los bienes y servicios ofertados y en su posible utilización. En este sentido, ante el empobrecimiento cuantitativo y cualitativo de la oferta comercial, que se ha podido entender quizás de forma algo exagerada como un apocalipsis, se apunta hacia una hegemonía del consumo de todo lo que tiene que ver con el ocio, la diversión y el entretenimiento, que podría ser una moda postpandémica, al estilo de los felices años veinte de la centuria anterior. Recientemente, se ha introducido una dicotomía entre lo que se considera oferta esencial y el resto de la oferta. Esencial sería especialmente la alimentación, la sanidad y la higiene o el equipamiento del hogar; se apunta así hacia la aparición de una nueva segregación social de los establecimientos, entre supermercados generalistas y ofertas gourmet, por ejemplo, y a una revitalización de los establecimientos no especializados del estilo bazar o drugstore, que en muchas ciudades españolas y europeas son propiedad de empresarios procedentes de la República Popular de China, con su potente red logística y de transportes en expansión.

Una quinta constatación, ya algo más conclusiva, es que la ciudad y el consumo se han ido constituyendo en una especie de márgenes extraordinariamente significativos de las investigaciones comerciales, mayoritariamente de estudios económicos. La ciudad aparece como su margen físico territorial, reforzando el retorno a los estudios urbanos, mientras que el consumo constituye su otro margen social y cultural, reforzando los estudios culturales. Las lógicas económicas y las políticas globales, en cambio, se convierten en los ejes explicativos de la evolución y de las tendencias a algunos

o a todos los niveles de análisis (fig. 4). La Geografía, el urbanismo, la Economía, la Sociología y los Estudios culturales se imbrican así en la reivindicación de una renovada Ciencia Social

Figura 4. Esquema de la organización del campo de estudios que intenta explicar el no siempre inteligible itinerario de la Geografía urbana a la Geografía urbana, pasando por las geografías del comercio y del consumo.



Fuente: elaboración propia.

Una sexta constatación, que avanza algo más hacia lo conclusivo, se refiere a la ciudad de Barcelona, que se ha tomado como un objeto de análisis y como un ejemplo tan sólo, lejos de su interpretación como un modelo con cualquier función simbólica de valor más o menos universal. Se constata especialmente la necesidad de que a la escala local se tenga en cuenta los procesos que se dan a una escala global y a otras escalas intermedias, metropolitana, regional o europea. Solo con un enfoque multiescalar se puede intentar entender y, más aún, resolver los problemas de la vida cotidiana de los ciudadanos, como se ha insistido a menudo en la Geografía contemporánea (Lacoste, 1977; Santos, 1996; Brenner, 2015). En el campo de la planificación urbana, la fragmentación socio espacial no puede substituir ni obviar, ni mucho menos contradecir el concepto de totalidad del hecho urbano, mucho más en el caso de Barcelona, donde lo local se reduce casi siempre al simple nivel exclusivamente administrativo, municipal. Continua vigente una de las preguntas iniciales sobre cuál es la base, la estructura de la vida económica de la ciudad, de Barcelona y de cualquier otra ciudad.

Finalmente, como conclusión general, más allá de las constataciones parciales, se quiere afirmar que la utopía, como modo de pensar el futuro recreando el presente, y de imaginar alternativas sigue siendo hoy más necesaria que nunca (Carreras y Morcuende, 2016). Mucho, más en estos tiempos de un posible viroceno, cuando la incertidumbre se cierne sobre muchos aspectos de la sociedad y del territorio, con enormes retos medioambientales, económicos, sociales, culturales y políticos. Una utopía que requiere esencialmente del pensamiento crítico, necesario y esperanzador al mismo tiempo, que debe basarse siempre en análisis robustos de la realidad contemporánea y en debates plurales y seriamente argumentados.

7. Referencias bibliográficas

Ajuntament de Barcelona., *Cens d'activitats econòmiques en planta baixa de la ciutat de Barcelona 2014.*

- Ajuntament de Barcelona, *Cens d'activitats econòmiques en planta baixa de la ciutat de Barcelona* 2016.
- Ajuntament de Barcelona, *Ciutat Vella llança la tercera convocatòria de Baixos de Protecció Oficial per obrir-hi comerç de proximitat*. Ajuntament de Barcelona: Barcelona, 2021.
- Ajuntament de Barcelona, *Compra pública de locals comercials per lluitar contra la gentrificació*.
- Ajuntament de Barcelona, *Superilla Barcelona*. Ajuntament de Barcelona: Barcelona, Spain, 2021.
- Àrea Metropolitana de Barcelona., 2014, *Anàlisi de les modificacions del Pla General Metropolità*. AMB: Barcelona.
- Banco de España. *Distribución geográfica de oficinas de entidades de crédito por entidad (2015-2021)*.
- Barata-Salgueiro, T.; Cachinho, H.; Guimaraes, P. Eds, *Comércio, Consumo & Governança Urbana*; CEG-ULisboa: Lisboa, 2021.
- Beavon, K. O. *The Central Place Theory. A reinterpretation*. Prentice Hall: New Jersey; 1977.
- Benjamin, W., *Paris Capitale du XIXe Siècle. Le Livre des Passages*. Ed. du Cerf : Paris ; 2006 [edición original en alemán de 1982]
- Bernardos, G.; Alujas, J.; Buscà, E.; Frago, L. *Viladecans. Una Historia de Éxito*; Milenio: Lleida, 2019.
- Brenner, N., *Implosions/explosions: towards a study of planetary urbanization*; Jovis: Berlin, 2014.
- Brenner, N.; Schmid, C. Towards a New Epistemology of the Urban? *City* **2015**, 19, 151–182.
- Brenner, N., *New Urban Spaces. Urban Theory and the Scale Question*; Oxford University Press: New York, 2019.
- Buzai, G. *Geografía del COVID19: de Wuhan a Lujan a la ciudad de burbujas*. INIGEO: Buenos Aires, 2021.
- Cabana, F. *La burguesia emprendedora*. Proa: Barcelona; 2011.
- Cabana, F. *El crepuscle de les Caixes*. Dèria: Barcelona, 2013.
- Calvino, I. *Le Città invisibili*; Einaudi: Torino, 1972.
- Calvino, I. *Perché leggere i classici*. Mondadori: Milano, 1991.
- Campbell, C. *The Romantic ethic and the spirit of modern consumerism*; Basil Blackwell: Oxford, 1989.
- Campo, S. del y Rodríguez-Briosos, MM, "La gran transformación de la familia española durante la segunda mitad del siglo XX" en *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, Madrid, nº 100; pp. 103-165.
- Capano, F.; Pascariello, M.I. Visone, M. Eds.; *La Città altra/The other City*. Federico II University Press: Roma, 2018.
- Carreras, C. *Atles Comercial de Barcelona*; Ajuntament de Barcelona: Barcelona, Spain, 2003.

Carreras, C. "Fragmentos de São Paulo. Metrópole de um Primeiro Mundo fragmentado" en Carlos, A.F.A. y Oliveira, A.U., *Geografias de São Paulo*; São Paulo: editorial Nobel. Vol. 2 *A metrópole do século XXI*; pp. 307-320. 2004.

Carreras, C. "De modelos urbanos: una revisión histórica a partir del caso de Barcelona" en *Boletín de la Real Sociedad Geográfica*, Madrid, 2012, vol. CXLVIII; pp. 183-204.

Carreras, C. "Ciudad, Comercio y Consumo. Treinta y cinco años de investigaciones internacionales" en revista *Tralli*, 8, 2022-23. Universidad Nacional Autónoma de México; pp- 35-56.

Carreras, C.; D'Alessandro, L. Un repertorio bibliografico su commercio, consumo e città. In *Commercio, consumo e città* Viganoni, L. Ed.; Milano: Franco Angeli, 2017, pp. 27-69.

Carreras, C.; Domingo, J.; Sauer, C. *Les Àrees de Concentració Comercial de La Ciutat de Barcelona. Barcelona Ciutat de Compres*; Cambra de Comerç Indústria i Navegació: Barcelona, Spain, 1988.

Carreras, C. y Frago, L. "Patrimonio comercial y turismo. Los establecimientos emblemáticos de la Barcelona turística" in *Cenário*, Brasilia, vol.4, nº 6; 2016; pp. 9-26. ^publicado actualizado en inglés "Retail Heritage and Tourism. The Emblematic Shops of Barcelona" en *Journal of Applied Bussiness and Economics*, Atlanta, 2020; vol 22, n 8; pp. 150-160

[Carreras, C. y Frago, L. "Could a Retail-Less City Be Sustainable? The Digitalization of the Urban Economy against the City" *Sustainability* 14.8 \(2022\): 4641.](#)

Carreras, C.; Frago, L.; Morcuende, A.; Montesinos, E. Consumo y comercio en Barcelona. Actualidad y tendencias. In: *Commercio e Consumo Nelle Città Che Cambiano. Napoli, Città Medie, Spazi Esterni*; Viganoni, L., Ed.; Franco Angeli: Naples, Italy, 2019; pp. 101-150.

Carreras, C.; Frago, L.; Montesinos, E. Rescaling Retail and Consumption in the contemporary Barcelona area. *Bollettino Della Società Geografica Italiana*, 2021, 3, 37-49.

Carreras, C. y Martínez-Rigol, S. Treinta años de consolidación de la sociedad de los consumidores. Un balance y unas líneas de futuro en Silveira, M.L. et al *Ciudad, Comercio y Consumo. Nuevas perspectivas para su estudio geográfico*. Café de las Ciudades: Buenos Aires, 2020; pp. 25-46.

Carreras, C. y Morcuende, A. "Marxismo y utopías. Viejas y nuevas propuestas urbanas" en AA.VV. *Las utopías y la construcción de la sociedad del futuro*. Publicaciones UB-Geocrítica; Barcelona 2016; pp. 1-25.

Carreras, C. y Moreno, S., "Los procesos de Modernización en Sarajevo. La incierta dirección de la flecha del tiempo" en *Anales de Geografía*, de la Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 2007; vol. 27, pp. 29-44.

Casassas, D., *La ciudad en llamas. La vigencia del republicanismo comercial de Adam Smith*. Editorial Montesinos: Barcelona; 2010.

Cavoto, G. *Demalling. Demailling. Una risposta alla dismissione commerciale*. Maglioli editori: Torino, 2014.

D'Alessandro, L.; Sommella, R.; Viganoni, L. "Malling, Demalling, Remalling? Mutamenti e nuove pratiche del commercio e del consumo nell'Area Metropolitana di Napoli". *AGEI - Geotema*, 2016, 51, 71-77.

- Dematteis, G.; Governa, F. *Territorialità, sviluppo local, sostenibilità: il modello SLoT*. Franco Angeli: Milano, 2005.
- Durand, C., *Thechno-féodalisme. Critique de l'économie numérique*. La Découverte : Paris ; 2020.
- Ellis, E.C., *Anthropocene. A very short introduction*. Oxford: Oxford University Press; 2018.
- Ferrer, F., *El paisatge urbà. Un punt de trobada*. Universitat de Barcelona: Barcelona, 2001.
- Florida, R. *The Death and Life of the Central Business District*. *Bloomberg CityLab*, 2021.
- Frago, L. (2021). Impact of COVID-19 Pandemic on Retail Structure in Barcelona: From Tourism-Phobia to the Desertification of City Center. *Sustainability* 2021, 13(15), 8215.
- Frago, L. Dinámicas comerciales y de consumo en la Barcelona metropolitana y regional. Entre la modernización y la desertización. En Silveira, M.M.L. et al, *Ciudad, Comercio y Consumo: Temas y Problemas Desde La Geografía*; Café de las Ciudades: Buenos Aires, Argentina, 2020; pp. 225–248.
- Frago, L. *La Metamorfosi del Centre a les Capitals Comarcals: Entre Tradició i Postmodernitat*. Tesis doctoral, Geografia Humana, Universitat de Barcelona, 2011.
- Frago, L. *Diagnosi i Perspectives de futur de l'estructura comercial i de serveis de Valls*. Valls, 2019
- Frago, L.; Graziano, T. Public space and the green city: Conflictual narratives of the superblock programme in Poblenou, Barcelona. *Journal of Urban Regeneration and Renewal*, 2021 15(1), 1–17.
- Gasca, J., Olivera, P., Eds. *Ciudad, Comercio Urbano y Consumo. Experiencias Desde Latinoamérica y Europa*; UNAM: Ciudad de México, México, 2017; pp. 51–76.
- Glass, R. *London: Aspects of Change*. Centre for Urban Studies Report: London, 1962.
- Graeber, D. y Wengrow, D., *The Dawn of Everything. A New History of Humanity*. Penguin Books: London, 2021.
- Guimarães, P. Shopping centres in decline: Analysis of demalling in Lisbon. *Cities* 2019, 87, 21–29, doi:10.1016/j.cities.2018.12.021.
- Howard, E. *Garden Cities of Tomorrow*. Welwyn Gard City: London, 1902.
- Hubbard, P. *The Battle for the High. Street: Retail. Gentrification, Class. and Disgust*; Springer: New York, NY, 2017.
- Jacobs, J. *The Death and Life of Great American Cities*. Penguin Books: New York, 1961.
- Jacobs, J. *The Economy of the cities*. Vintage Books: New York, 1969.
- Jameson, F. *Postmodernism, or, the cultural logic of late capitalism*. Verso Books: New York, 1991.
- Lacoste, Y. *La Géographie, ça sert d'abord à faire la guerre*. Ed. Anthropos: Paris, 1977.
- Le Corbusier. *La Charte d'Athènes*. Paris: Plon, 1943.
- Lees, L.; Phillips, M. *Handbook of gentrification studies*. Edward Elgar Publishing: London, 2018.

- Lefebvre, H. *La Pensée marxiste et la ville*; Casterman: Paris, 1972.
- Lefebvre, H. *La Révolution urbaine*; Gallimard: Paris, 1970 [consultada edición castellana, Alianza Editorial : Madrid, 1972.
- Lefebvre, H. *Le Droit à la ville*, 2nd ed. Anthropos: Paris, 1968.
- Mansvelt, J. *Geographies of consumption: Citizenship, space and practice*. Prog. Hum. Geogr. **2008**,
- Martínez-Rigol, S. *El Retorn al centre de la ciutat*. Tesis, Geografia Humana, Barcelona, 2000.
- Martinez Rigol, S. *La cuestión del centro, el centro en cuestión*. Ed. Milenio: Lleida, 2010.
- McCracken, G. D. *Culture and consumption : new approaches to the symbolic character of consumer goods and activities*; Indiana University Press: New York, 1990.
- Monclús, F.J.. "Barcelona's planning strategies: from 'Paris of the South' to the 'Capital of West Mediterranean'" en *GeoJournal* 51: 57-63, 2000. © 2001 Kluwer Academic Publishers
- Montesinos, E. *De la ciudad industrial a la ciudad creativa. Las transformaciones urbanas de Barcelona en el siglo XX*. Tesis doctoral; Universitat de Barcelona: Barcelona, 2019
- Morcuende, A. y Lloberas, D "Retail Apocalypse as a Differential Urbanisation Symptom? Analysis of Ground Floor Premises' Evolution in Barcelona between 2016 and 2019." *Sustainability*, 2022.
- Moreno, C.; Chabaud, D.; Gall, Ch.; Pratlong, F. Introducing the "15-Minute City": Sustainability, Resilience and Place Identity in Future Post-Pandemic Cities. *Smart Cities*, 2021, 4(1), 93.
- Nadal, J. (dir)., *Història Econòmica de la Catalunya Contemporània*. Enciclopèdia Catalana: Barcelona; 1988-1994; 6 vols.
- Nicholson-Lord, D. *The Greening of the Cities*. Routledge & Keagan, Paul: London, 1987.
- Ondiviela, J. A. *Beyond Smart Cities: Creating the Most Attractive Cities for Talented Citizens*. Springer International Publishing: New York, 2021.
- Perfil de Ciutat. *Clonatge Comercial a Catalunya 2019*; Barcelona Provincial Council: Barcelona, Spain, 2020.
- Philipose, S. *Retail Apocalypse: The Death of Malls Retailers & Jobs*. Independently Published, 2019
- Piketty, T. *Le Capital au XXI Siècle*; Les Livres du Nouveau Monde: Paris, France, 2013.
- Piketty, T. *Une brève histoire de l'égalité*. Ed. Du Seuil: Paris, 2021.
- Pollidori, T. *Corviale, Spazi trasfigurati*. Gangemi Editore: Roma, 2013.
- Rifkin, J. *The Age of Resilience: Reimagining Existence on a Rewilding Earth*, St. Martin's Press: New York; 2022.
- Rocheftort, M., *Économie géographique et Aménagement du Territoire*. CDU : Paris, 1975 [Les cours de Sorbonne]

- Rueda, S. *Ecología urbana: Barcelona i la seva regió metropolitana com a referents*. Beta: Barcelona, 1995.
- Santos, M. *Metrópole corporativa fragmentada: o caso de São Paulo*, Nobel: São Paulo, 1990.
- Santos, M. *A Natureza do Espaço. Técnica e tempo. Razão e emoção*. Hucitec: São Paulo, 1996
- Santos, M. *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal*; Editora Record: Rio de Janeiro, 2000.
- Sassen, S. *The Global City: New York, London, Tokyo*; Princeton: New York, NY, USA, 1991.
- Sheppard, E. et al. "Introduction: Urban revolutions in the Age of global urbanism" in *Urban Studies*, SAGE, 2015, 52 (11); pp. 1947-1961.
- Smith N. *Uneven Development : Nature, Capital, and the Production of Space*; Blackwell: Oxford, 1984.
- Spanke, M. *Retail isn't dead: innovative strategies for brick and mortar retail success*. New York: Springer International Publishing, 2020
- Townsend, M., Surane, J., Orr, E., & Cannon, C. America's "Retail Apocalypse" is Really Just Beginning. *Bloomberg*, 2017, 1–11.
- Tsenkova, S. *Housing Policy Reforms in Post-Socialist Europe Lost in Transition*, 1st ed.; Springer Publishing: New York, 2009. <https://doi.org/10.1007/978-3-7908-2115-4>
- Tzanelle, R. *Cultural (Im)mobilities and the Virocenc Mutating the Crisis*. Edward Elgar: New York, 2021.
- Veblen, T. *Teoría de la clase ociosa*; México City: Fondo de Cultura Económica, 2010.
- Viganoni, L. (ed.).; *Commercio e consumo e città nelle città che cambiano*. Franco Angeli: Napoli, 2019.
- Wolfe, T. *From Bauhaus to our house*. Johnatan Cap Ltd: London, 1982.



Esta obra se encuentra bajo Licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0. Internacional. Reconocimiento - Permite copiar, distribuir, exhibir y representar la obra y hacer obras derivadas siempre y cuando reconozca y cite al autor original. No Comercial – Esta obra no puede ser utilizada con fines comerciales, a menos que se obtenga el permiso.