
La ciudad y el consumo tras la globalización

Perspectivas internacionales
del comercio urbano

**Lluís Frago Clols,
Carles Carreras Verdaguer,
Sergi Martínez-Rigol (eds.)**



La ciudad y el consumo tras la globalización

La ciudad y el consumo tras la globalización

Perspectivas internacionales
del comercio urbano

**Lluís Frago Clols,
Carles Carreras Verdaguer,
Sergi Martínez-Rigol (eds.)**

Presentación de Joan Guàrdia Olmos

Prólogo de Jaume Collboni Cuadrado



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

Edicions

Economía
y Empresa

Índice

JOAN GUÀRDIA OLMOS. Presentació	11
JAUME COLLBONI CUADRADO. Pròleg	13
LLUÍS FRAGO CLOLS. Introducció	15
BLOQUE 1. Evolución reciente de la ciudad, el comercio y el consumo	
1. CARLES CARRERAS VERDAGUER. Ciudad, comercio y consumo, una investigación fragmentada.....	19
2. TERESA BARATA-SALGUEIRO. Tecnologia, estilos de vida e reconfiguração comercial urbana. Algumas tendências.....	35
3. PATRICIA EUGENIA OLIVERA MARTÍNEZ. Los estudios del consumo urbano en la Red Ciudad, Comercio Urbano y Consumo.....	51
4. MARÍA LAURA SILVEIRA. Cambios tecnológicos, pandemia y ciudad en América Latina: pensando la transformación del consumo y el comercio.....	65
5. ROSARIO SOMMELLA. Dal progetto «Commercio, consumo e città: pratiche, pianificazione e governance per l'inclusione, la resilienza e la sostenibilità urbana» alla «nuova normalità»	75
BLOQUE 2. El comercio	
6. LLUÍS FRAGO CLOLS. La implosión del centro de Barcelona a partir de la crisis del turismo global: la actividad comercial como indicador.....	85
7. ALEJANDRO LÓPEZ GONZÁLEZ. Efectos de las restricciones a la interacción social sobre el tejido comercial en ciudades de tamaño medio (Oviedo, España)	97
8. JORGE BLANCO, LORENA VECSLIR. Movilidad cotidiana y comercio de calle en las centralidades del noroeste de la región metropolitana de Buenos Aires. El caso del municipio de San Martín.....	109
9. SIDNEY GONÇALVES VIEIRA. Turismo, comércio e consumo em Buenos Aires: impactos da pandemia em 2020.....	127

10. MIGUEL SILVA GRAÇA. E se, em vez de os centros comerciais continuarem a imitar a cidade, a começassem a construir? Sobre o futuro do consumo, dos centros comerciais e das cidades em Portugal e na Europa	139
11. JOAQUIM DEULOFEU AYMAR. El modelo CEO <i>retail</i> de gestión para la transformación del <i>retail</i> pos-COVID.....	149
12. TIAGO MARQUES LEITE, WELSON DE SOUZA SILVA JUNIOR. Fome no país de feiras, uma leitura miltoniana	161
13. JULINA LOMBARD SOUZA, CLARICE MARASCHIN. Descentralização da atividade comercial varejista: estudo em Porto Alegre, Brasil.....	171

BLOQUE 3. El consumo

14. AMÁLIA INÉS GERAIGES DE LEMOS, JEFERSON HUGO PACHECO DE REZENDE, ALEXANDRE MAGNO PIRES. La economía creativa en São Paulo: procesos estructurados y sus espacios de consumo.....	187
15. MARINA REGITZ MONTENEGRO. Capitalismo de plataforma, pandemia e crise: transformações em curso no consumo e no trabalho na metrópole de São Paulo	199
16. LUIS ALFONSO ESCUDERO-GÓMEZ, RUBÉN CAMILO LOIS-GONZÁLEZ. Los centros comerciales, espacios globales apolíticos y antidemocráticos, y el deterioro de la esfera pública urbana.....	209
17. ALEJANDRA REYES-JAIME. Ambiente alimentario universitario. Estudio de caso de la oferta alimentaria en la Ciudad Universitaria de la Universidad Nacional Autónoma de México.....	219

BLOQUE 4. La ciudad

18. MARÍA LAURA SILVEIRA. Del nuevo orden global a la economía urbana de Buenos Aires: sustitución crítica de divisiones del trabajo	235
19. SUSANA MARA MIRANDA PACHECO. A essencialidade de servir e a precisão de consumir na cidade	249
20. DAVID LLOBERAS, ALEJANDRO MORCUENDE. Tendències prepanidèmiques d'urbanització diferencial: la crisi dels locals comercials i l'expansió logística a la ciutat de Barcelona.....	263
21. GUILLEM FORMENTÍ BORRÀS. Cultura, un freno a la desertificación comercial en los núcleos urbanos de los confines metropolitanos catalanes.....	275
22. JOSEFINA DI NUCCI. Desconcentración espacial y omnipresencia del circuito superior metropolitano en el <i>retail</i> argentino: el uso del territorio en la red urbana de la Provincia de Buenos Aires	289

23. STEFANO MONTES, GAETANO SABATO. Los adolescentes como consumidores: opciones y espacios de comida en Palermo, Italia	299
24. PEDRO GUIMARÃES, KATIELLE SILVA. Alterações nas dimensões do acesso aos estabelecimentos comerciais: análise dos efeitos do turismo a partir da visão da população vulnerável do centro histórico de Lisboa	309
25. LEONARDO MERCATANTI, ENRICO NICOSIA. Il distretto di San Berillo a Catania tra riattivazione commerciale e segregazione.....	321
26. MARGARITA LÓPEZ-ANTÓN, CARLES COROMINAS. El comercio en Cataluña. Las APEU, ¿un proyecto viable? Análisis a través de un estudio de caso: el centro urbano de Rubí	331
27. ROBERTO BARRETO ALVAREZ. Os vendedores de rua e os serviços às empresas: uma análise sobre a coexistência de divisões do trabalho na Zona Portuária do Rio de Janeiro.....	343
28. ROBERTO DE ALMEIDA BOTTURA, HELIANA COMIN VARGAS. Fissuras da cidade vivida: ressignificando Brasília por meio das dinâmicas de comércio e serviços	353
29. DIOGO GASPAR SILVA. Towards phygital places? Business Improvement Districts as brokers of change in the management of town centers	365
30. ANA BEATRIZ DA ROCHA, PAULO REIS FILHO. Projeto urbano <i>Reviver Centro</i> . Uma <i>nova</i> agenda para a região central do Rio de Janeiro na era pós-global?.....	377
31. LUIS ALFONSO ESCUDERO-GÓMEZ, ANDRÉS FERNANDO CASTIBLANCO-ROLDÁN, JAIME ANDRÉS WILCHES-TINJACÁ. Los centros comerciales y la crisis de los espacios públicos en tiempos de la COVID-19	391
32. FÁBIO TOZI, MARINA ARAÚJO. A expansão da rede de <i>fast-food</i> KFC no Brasil e a explosão de pequenos comércios locais imitativos.....	403

BLOQUE 5. Las políticas comerciales

33. JORDI TORRADES I ALADRÉN. Catalunya, una visió pròpia del comerç.....	417
34. MONTSERRAT BALLARÍN ESPUÑA. El comercio de Barcelona se proyecta al futuro.....	429
35. SERGI VILAMALA BASTARRAS, JOEL PINTOR GONZÁLEZ. Marc d'actuació de la gerència de serveis de comerç de la Diputació de Barcelona	433
36. NÚRIA BELTRÁN CENTELLES. Las políticas comerciales.....	435

BLOQUE 6. El futuro de la ciudad, el comercio y el consumo:
conceptos, teorías y métodos

37. LLUÍS FRAGO CLOLS. Ciudad, comercio y consumo: tendencias globales en la era de la posglobalización	457
38. LIBERA D'ALESSANDRO. Ritorno al futuro: una metafora per discutere del prossimo avvenire della città, del commercio e del consumo	471
39. JOSEFINA DI NUCCI. Ciudad, comercio y consumo: antecedentes en la geografía argentina. Nuevos y futuros interrogantes.....	481
40. ALEJANDRO MORCUENDE GONZÁLEZ. El momento diferencial: transformaciones recientes en las relaciones espacio-sociedad	493

Presentació

Aquest és un llibre gestat des de l'acadèmia i destinat a la reflexió profunda a propòsit del consum urbà, amb un enfocament precís en la globalització. Com es diu en diversos capítols, hi ha una clara voluntat de posar sobre la taula els eixos relatius a la manera com la globalització està afectant el teixit comercial de les ciutats. Els exemples que se citen posen de manifest els canvis extraordinaris que han experimentat en els darrers anys els models de comerç urbà. Aquest eix que es dibuixa en la lògica de les diferents aportacions ens mena des d'un extrem, de les ciutats basades en la prestació de serveis, fins a l'altre extrem, amb sistemes de producció i comerç molt arrelats al territori i que conceben el comerç com un mecanisme de producció de béns i renda.

Aquest contínuum de model econòmic implica, a parer d'algunes de les persones que han col·laborat en el llibre, un sistema dinàmic de funcionament urbà, en què el pes de cada extrem queda definit a partir de variables rellevants, com ara la grandària en termes demogràfics i/o econòmics, el tipus de teixit comercial existent o les modificacions que els esdeveniments no estrictament econòmics poden provocar. La combinació d'aquests elements (i d'altres) determinem moments de vitalitat comercial o de sectors.

L'obra conté una gran quantitat d'exemples que permetran als i les especialistes aprofundir en aquests diversos models i en les circumstàncies que, a més a més, palesen els dos aspectes al meu parer més destacats. El primer és la necessitat d'aproximar-nos al tema a partir d'una visió basada en els sistemes complexos. Aquesta noció posa en relleu la poca importància que té un únic objecte en l'estudi d'un fenomen qualsevol i posa l'accent en el comportament col·lectiu de les múltiples unitats que integren els objectes d'estudi. Cal assumir que, per entendre'ns, s'han d'estudiar moltes activitats comercials i durant força temps, i considerar-les com una xarxa complexa de coses que componen un teixit viu i dinàmic.

La segona evidència que vull assenyalar és l'aparició de diverses accepcions del concepte «economia social». En alguns casos se centren en les definicions més clàssiques d'aquesta manera d'entendre l'activitat econòmica o en els tipus jurídics que adquireix, mentre que en altres tenen més a veure amb els efectes de l'economia social en l'àmbit urbà. Principis com els d'independència de la gestió

econòmica, autonomia i perspectiva cooperativista, per exemple, estan presents constantment. Sembla que la concepció urbana del consum passa, inevitablement, per aquest nou marc, que xoca també amb les concepcions globalitzadores del món, i molt menys amb les idees comercials globalitzades.

Sigui com sigui, el volum que presentem ens ofereix una llarga llista de temes per a la reflexió i el debat entorn de com les ciutats han fet front, en el passat recent, als reptes del consum globalitzat i de com generen estratègies de futur per obrir noves opcions. Els sistemes de comerç estan canviant tan ràpidament que no és possible emprar models estàtics ni propostes basades en la concepció anacrònica d'una economia absent de la realitat de les ciutats i de la ciutadania.

De la lectura dels capítols d'aquest llibre es derivarà un coneixement actualitzat de l'estat de la qüestió. És, sens dubte, una obra de referència.

JOAN GUÀRDIA OLMOS
Rector de la Universitat de Barcelona
Desembre de 2023

Pròleg

Des de fa dècades, Barcelona exerceix el paper de capital econòmica de Catalunya, Espanya i la Mediterrània. És una ciutat que va saber despuntar i obrir-se al món al llarg del segle xx, amb la culminació dels Jocs Olímpics del 1992, que encara avui són considerats els millors de la història; una metròpolis global, en definitiva, que sempre ha sabut adaptar-se als canvis i ha sortit reforçada de les grans crisis.

Aquesta és la mentalitat amb la qual, des de l'Ajuntament de Barcelona, vam afrontar els efectes i les conseqüències de la pandèmia de la COVID-19. Així, vam impulsar de manera decidida polítiques per aturar el cop, protegir les persones i reactivar el nostre teixit socioeconòmic. Avui la realitat ens avala, ja que som la ciutat que més ràpidament ha deixat enrere la crisi sanitària i la que lidera la creació d'ocupació a Espanya.

A més, hem aconseguit que la nostra ciutat vibri amb la celebració de grans fires com el Mobile World Congress, l'atracció d'inversions i l'establiment de noves seus de companyies al districte tecnològic del 22@, o amb l'aposta decidida per l'organització d'esdeveniments esportius d'impacte mundial, com la Copa Amèrica de Vela el 2024.

Hem treballat, i ho seguim fent, tenint molt clar cap a on volem anar. A través de l'impuls de la nostra agenda econòmica, el Barcelona Green Deal, volem diversificar el teixit econòmic de la ciutat i generar prosperitat i oportunitats a tots els barris i districtes, posant les persones al centre.

Amb aquesta visió, el comerç ha ocupat i continuarà ocupant un lloc primordial per al futur de Barcelona. L'aturada forçosa de l'activitat que vam viure durant la pandèmia ens ha fet veure amb més claredat allò que ja sabíem: que cada vegada que comprem als mercats municipals o a les botigues dels nostres barris, o quan consumim als nostres bars i restaurants, no només fem un pas endavant per activar l'economia, sinó que contribuïm a crear una ciutat més humana, més segura i amb més ocupació i cohesió social.

Per això seguim treballant per enfortir i fer bategar el model comercial de Barcelona. Ho estem fent amb projectes com el foment de la digitalització dels petits comerços tradicionals o les campanyes de suport al comerç local, comptant amb les associacions del sector i apostant per la col·laboració publicoprivada com un dels segells que defineixen la nostra ciutat.

Seguirem estenent aquest model de col·laboració publicoprivada a tota la xarxa d'eixos comercials, amb nous projectes com, per exemple, la futura implantació de les àrees de Promoció Econòmica Urbana, que han de permetre impulsar noves actuacions per tal de dinamitzar el comerç en zones concretes de la ciutat.

En definitiva, Barcelona és una ciutat que ha esdevingut un model de resiliència urbana, que no s'ha deixat vèncer per les conseqüències de la pandèmia i que s'està esforçant per aprofitar les noves oportunitats del context global.

En aquest sentit, hem donat suport a la celebració del VIII Seminari Internacional sobre Ciutat, Comerç i Consum, organitzat a Barcelona pel Grup d'Estudis Comercials i Urbans de la Universitat de Barcelona, l'entorn acadèmic que ha estat a l'origen d'aquest llibre. Un grup que anys enrere va definir les àrees de concentració comercial de la ciutat i va publicar amb el nostre ajuntament el primer atlas comercial de Barcelona.¹ Un grup de recerca que, a més, ha sabut teixir una xarxa d'investigadors internacionals de França, Portugal, Itàlia, el Brasil, l'Argentina i Mèxic, que s'han reunit entorn d'aquest seminari del qual aquí presentem els principals resultats.

Estic convençut que tant els responsables polítics com els professionals, i la mateixa ciutadania en general, necessitem estudis que ens aportin rigor i coneixement sobre les tendències i les problemàtiques del comerç i el consum en els nostres entorns urbans. Estudis i informes que permetin orientar millor les estratègies de futur d'aquest sector i de les nostres polítiques públiques.

Finalment, vull traslladar el meu agraïment als organitzadors i tècnics implicats, pel seu treball, la seva constància i les seves aportacions en benefici d'una Barcelona amb més competitivitat, més sostenibilitat i més equitat per a tothom. Una Barcelona que mira endavant amb el comerç com a part essencial de la seva identitat.

JAUME COLLBONI CUADRADO
L'alcalde de Barcelona

¹ Carles CARRERAS (dir.), *Atlas comercial de Barcelona*, Barcelona, Ajuntament de Barcelona, 2004 (Conèixer Barcelona).

Introducción

El libro que presentamos nace del VIII Seminario sobre Ciudad, Comercio y Consumo, que tuvo lugar en Barcelona, de forma virtual, en el mes de septiembre de 2021. Los diversos participantes realizaron presentaciones en línea que originaron debates especializados sobre todos y cada uno de los conceptos analizados. Dichas presentaciones recogían experiencias de investigaciones efectuadas en las diversas ciudades de los distintos países que periódicamente intercambian sus puntos de vista en cada seminario: España, Portugal, Francia, Italia, México, Brasil, Argentina y Chile. Algunos de estos participantes elaboraron las nuevas conclusiones que, sometidas a un proceso de revisión por pares llevado a cabo por los miembros de la Comisión Organizadora local,¹ se publican hoy finalmente dentro de una colección académica reconocida. Ello explica las diferencias que presenta el elenco de autores con respecto a los participantes en el seminario.

El largo y laborioso proceso de gestación de estos ocho seminarios se presenta con mayor detalle más adelante por parte del director de la Comisión.

El libro presenta dos partes muy diferenciadas. Una parte central, dividida en tres grandes bloques, recoge las investigaciones más importantes sobre cada uno de los grandes temas a debate: la ciudad, el consumo y las actividades comerciales. La otra parte contiene un capítulo inicial en el que los investigadores principales de los equipos que han participado en trabajos y debates durante estos últimos veinticinco años presentan sus conclusiones y reflexiones, y un capítulo final que expone las diversas perspectivas y los planes de investigación futura por parte de una segunda generación de investigadores que se ha consolidado durante este período. El libro, por tanto, viene a ser un testigo teórico y conceptual del relevo de los equipos de investigación en una afirmación de renovación y de continuidad.

Como es tradición, también se aborda el punto de vista de las administraciones responsables de las políticas urbanas y comerciales, en este caso de los

¹ La Comisión Organizadora local estuvo formada por: Carles Carreras, Lluís Frago, Sergi Martínez-Rigol, Guillem Formentí, Alejandro Morcuende, Núria Beltran, Marga López, David Lloberas, Eduard Montesinos y Ernest Ruiz.

ámbitos barcelonés y catalán, que apoyan las investigaciones y esperan aplicar sus conclusiones.

La bibliografía, dado el carácter de síntesis de investigaciones que tiene la obra, recoge gran parte de la producción colectiva e individual de los miembros del seminario, al contrario de las exigencias de las revistas anglosajonas que desaconsejan las autocitas. Los idiomas de esta bibliografía son también diversos, como los propios textos, reflejo de la variedad de autores y casos de estudio y de sus perspectivas abiertas. Se citan expresamente los nombres de los autores, no solo sus apellidos, con el fin de aumentar la precisión, por un lado, y, por otro, para destacar la participación de las mujeres, que es relativamente elevada en este caso.

Cabe agradecer el entusiasmo, la calidad y la constancia de todos los investigadores, así como el apoyo recibido por la Facultad de Geografía e Historia, Ediciones de la UB, el Ayuntamiento de Barcelona, la Diputación de Barcelona y la Consejería de Comercio del Gobierno de Cataluña, que han impulsado y financiado distintas fases del trabajo.

LLUÍS FRAGO CLOLS

BLOQUE 1

**EVOLUCIÓN RECIENTE DE LA CIUDAD,
EL COMERCIO Y EL CONSUMO**

CAPÍTULO 1

Ciudad, comercio y consumo, una investigación fragmentada

Carles Carreras Verdaguer

Universidad de Barcelona –
Grupo de Estudios Culturales y Urbanos (GECU)
carlescarrerasverdaguer@gmail.com

INTRODUCCIÓN

El camino hasta la realización del primer seminario fue relativamente largo pero intenso y estimulante. Todo empezó en 1986, a raíz del encargo por parte de la Cámara de Comercio de Barcelona (COCINB) de un estudio sobre las áreas de concentración comercial (Carreras, Domingo y Sauer, 1990). Al año siguiente, en 1987, en la localidad balnearia paulista de Águas de São Pedro, durante la celebración del primer Encuentro de Geógrafos de América Latina (EGAL), se produjo el primer contacto productivo entre investigadores brasileños y españoles, que germinaría a lo largo de los años. Así, en 1988, se realizó la estancia en Barcelona de Silvana Pintaudi, de la Universidad Estatal Paulista (UNESP) de Rio Claro.

Por otro lado, en la orilla europea, entre 1988 y 1990, vió la luz, dentro del programa Erasmus, un proyecto entre los grupos de Barcelona, Lisboa y Copenhague, que inició la colaboración entre las dos primeras universidades. Algo más tarde, en 1991, se celebró en Madrid una reunión del grupo de actividades comerciales de la Union geográfica Internacional (UGI), que facilitaría la colaboración con el equipo de geografía de la Universidad Complutense. Igualmente, a raíz de proyectos de cooperación entre Barcelona y Toulouse, se publicaron números monográficos en sus revistas, en 1992 (*Villes et Territoires*, n.º 4, y *Revista Catalana de Geografia*, n.º 16). El mismo año se realizó una estancia de Carles Carreras en la UNESP de Rio Claro, con Silvana Pintaudi, en la que se mantuvo un interesante seminario con diversos geógrafos brasileños (Milton Santos, Roberto Lobato, Ana Fani, entre otros). En el mismo año, Teresa Barata-Salgueiro organizó una reunión de la Comisión de Comercio de la UGI en Lisboa y se publicaba el libro de Silvana Pintaudi y Heitor Frúgoli sobre los centros comerciales en São Paulo.

En 1994, se publicaban los resultados de un proyecto conjunto sobre Barcelona y Lisboa, codirigido por Teresa Barata-Salgueiro y Carles Carreras. En