

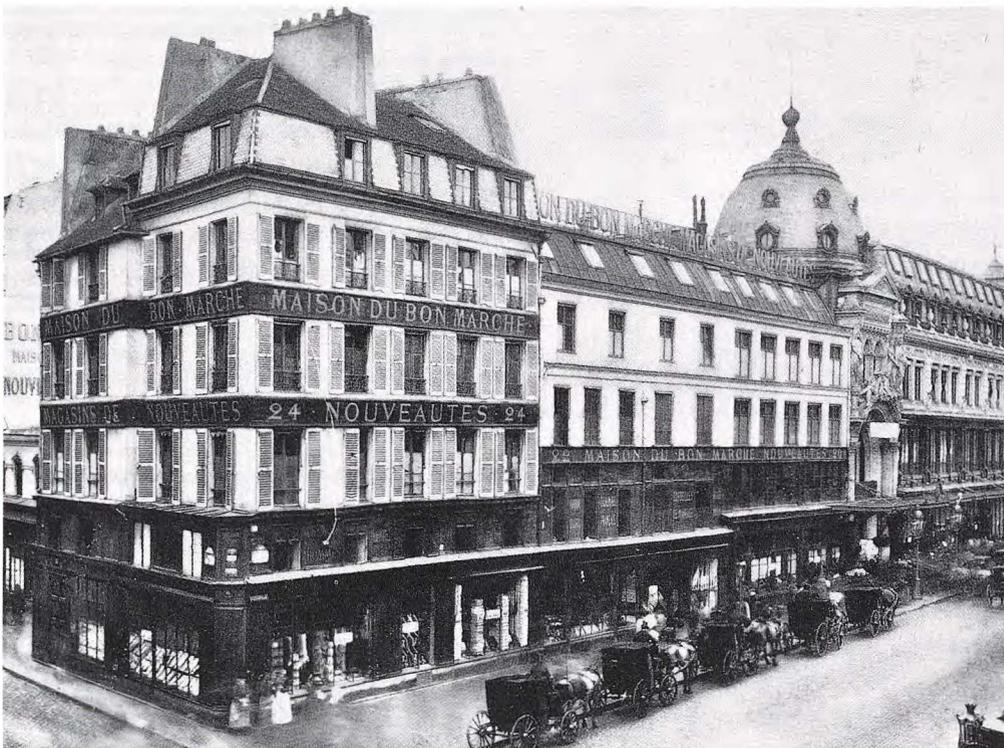
## Reflexiones sobre el espacio comercial, fin de siglo

Fernando Roch Peña

*Oui, quand le monde entier, de Paris jusqu'en Chine,  
O divin Saint Simon, será dans ta doctrine,  
L'âge d'or doit renaître avec tout son éclat,  
Les fleuves rouleront du thé, du chocolat;  
Les moutons tout rôtis bondiront dans la plaine,  
Et les brochets au bleu nageront dans la Seine;*  
**Lauglé et Vanderbusch: Louis et le Saint-Simonien, 1832.**

### Hagamos memoria

No son casualidades. Hace casi siglo y medio, en 1849 para ser exactos, el sobrino del Gran Emperador, entonces presidente de la fugaz Segunda República que él liquidaría en su propio 18 Brumario, crea la ciudad obrera del número 58 de la calle de Rochechouart, inaugurada dos años después como *Cité Napoleon*, y que el curioso visitante puede hoy contemplar restaurada. Fue una *première* mundial. Al principio, apenas 86 viviendas (luego hasta 200) forradas de azulejos, esa piel lustrosa que garantiza la higiene a todo riesgo, pero disponían de todo lo que es necesario para iniciar la nueva vida que la civilización industrial



Edificio del Bon Marché en la esquina de las calles del Bac y de Sévres.

Ever since the start of the Industrial Revolution, commerce has played a vital role in the make-up of society, having been the basis that held up the equalitarian myth which came in with the French Revolution. All the

faith in the industrial civilization receives its sustenance from the commercial paradise which is the goal of this new method of production, which promises utility goods for everyone without discrimination, alt-

destinaba a sus trabajadores: fuente, lavadero, baños- duchas, una escuela materna y un médico permanente! Algo que difícilmente se ha mejorado después. Ni siquiera el mucho más conocido Familisterio de Godin, construido dieciséis años más tarde en Guise, junto a la fábrica de este líder mundial de la calefacción y socialista convencido, dispuso de tanta "comodidad", aunque seguro que sus habitantes pasarían menos frío.

Bien, pues prácticamente en esas mismas fechas, en 1852, Aristide Boucicaut transforma el pequeño Bon Marché, que había sustituido a Petit Thomas en la esquina de las calles del Bac y de Sèvres, en el establecimiento de novedades —*bonheur de dames*— más importante de París, proponiendo un modelo comercial más popular que señala la forma que acabará adoptando el nuevo acoplamiento de la relación producción-consumo que va a regir, con diferentes ajustes, hasta nuestros días.

Nuevos modelos de alojamiento social y fórmulas de distribución, de circulación mercantil, van a protagonizar conjuntamente a partir de ese momento, la construcción de una física urbana de doble cara de acuerdo con los diferentes regímenes de acumulación que, en lo sucesivo van a administrar los intereses de la revolución industrial. Es un cambio que arranca con uno de los episodios más violentos de transformación interna y, también, de creación, que ha conocido la ciudad en toda su historia.

La irrupción de la producción industrial en el estrecho universo urbano existente, se convierte en centro de preocupación política, de reflexión teórica y de intervención urbanística; pero aún así no llega a desplazar al viejo comercio de su papel protagonista en la aventura de la ciudad. En el nuevo reparto territorial, el espacio productivo y el lugar de reproducción de la mano de obra van a ocupar una posición periférica (un problema que sigue sin encontrar una solución satisfactoria), mientras la ciudad de siempre será el lugar profundamente renovado de la circulación mercantil y de la reproducción del grupo social hegemónico (una cuestión que ha encontrado demasiadas soluciones), una reconstrucción creadora que va a absorber desde el principio el grueso de los recursos que produce el nuevo sistema, y a partir de la cual se va a reorganizar el espacio de la ciudad.

La creación de ese espacio de distribución mercantil, de esa física de reproducción extendida del universo industrial, ha recorrido un largo camino que empezó por difundir la cultura de la mercancía (su *buena nueva*) antes de poder asegurar su acceso universal; que dispuso antes de sus hermosos santuarios que de una feligresía capacitada para acudir a ellos. Es cierto que la revolución de las formas de producción se adelanta quizá un siglo a la de las formas tradicionales de distribución —esa distribución

fragmentaria adaptada a la pequeña producción mercantil (campesina o artesana), cuya fórmula espacial se había perfilado en la Baja Edad Media, sin otro propósito que abastecer de artículos de primera necesidad a una reducida población urbana y ofrecer ciertos bienes reservados a una población de privilegiados aún más reducida—, pero en el ideario político y en la cultura que se difunde, las nuevas mercancías son la bandera del progreso que legitima el nuevo orden productivo, más que los ingeniosos métodos mecánicos y organizativos que éste utiliza, no siempre fáciles de defender, a pesar del entusiasmo que despliegan los discípulos de Saint Simon.

Eso significa, sobre todo, que, al menos en teoría, los frutos del trabajo humano que bendice la manufactura industrial ya no puede ser prerrogativa de un solo grupo social; que la profusión de bienes que es capaz de generar el nuevo sistema económico debe alcanzar, como la gracia, al último ciudadano. Es una nueva comunión de fieles que participan de un mismo cuerpo "místico", la mercancía "¡Europa entera se ha desplazado a contemplar mercancías!", exclamará Taine en 1855, incapaz de aceptar la inevitable similitud con las peregrinaciones medievales a la tumba de Santiago. Las Exposiciones Universales serán el lugar y momento de cita para renovar el ritual, mientras los palacios de cristal construidos para la ocasión sustituirán a las viejas catedrales, y las ciudades se llenarán de bóvedas transparentes que cobijarán el nuevo culto.

Durante mucho tiempo estas celebraciones sirvieron para admirar, a través de sus primicias, los logros de la nueva civilización, para afianzar en el espíritu de los hombres las nuevas creencias sin que nadie se planteara la necesidad efectiva de modificar a gran escala las formas de distribución, entre otras cosas porque el modelo de industrialización aún no había adoptado un régimen de acumulación basado en la producción-consumo masivos. El espacio comercial del *boulevard* (creación urbanística totalmente huérfana de teoría pero mucho más tangible que la profusa producción literaria contemporánea sobre la ciudad ideal industrial), aunque persigue una ampliación de su base social, dista mucho de ser un espacio para todos los ciudadanos, condenados en su mayoría al *voyeurisme*. De hecho, se va a consagrar en el repertorio urbanístico como el paradigma del espacio comercial de calidad, pero desde su principio supone una referencia para toda la colectividad, una especie de visión celestial de lo que promete un orden económico cuya justicia es discutible, que ha traicionado el principio de igualdad, pero que dispone de un lugar donde alcanzar el bien, un pequeño paraíso que

---

though generating unyielding inequalities within the production system itself.

This clear duality that causes storm clouds to gather around social harmony has been the basic subject for

reflection and urban-planning practice over the last two hundred years, precisely because it has occupied the centre stage in the social and economic policies which, during this period, have been constantly trying,

---

by way of the corresponding "adjustment systems", to provide a satisfactory answer for the particular problem of how to couple production and consumption.

Whilst from aesthetic standpoints

wrapped in a fine ethical covering ideal solutions were put forward for a "new industrial city", solutions that were generally steeped in naivety, different industrialization models followed on one from the other until

puede compensar todos los desequilibrios nacidos en la planta de producción.

La cuestión urbana se va a caracterizar por esa especie de escisión entre teoría y práctica que aún perdura. Mientras teoriza en vano, aunque de forma muy teatral (recuérdese *La Cité Industrielle* de Garnier o *La Ville Radieuse* del Corbu, por ejemplo), sobre la re-integración del hombre en la armonía cosmológica de la civilización industrial, proponiendo modelos abstractos, se dedica a codificar en silencio sus relaciones económicas y sociales más concretas. Entre ellas hay una que me parece fundamental por las consecuencias de todo orden (espaciales sin duda) que ha tenido, me refiero a la relación salarial fija. Su instauración, que, nadie lo creería, tuvo que vencer la firme oposición de los trabajadores, es imprescindible para el correcto funcionamiento del modelo de industrialización que ha regido hasta hace poco, ya que, operando como "renta familiar" y utilizando como unidad de medida el salario mínimo, define la capacidad de consumo de esa unidad familiar y, con ella, su aptitud para acceder a un lugar determinado de la geografía de rentas de la ciudad y a todo el repertorio de productos de consumo, dentro de los cuales se ha establecido un menú mínimo y un alojamiento estándar, que ha tardado un siglo en perfilarse, para garantizar su reproducción.

Si al comienzo de la Revolución Industrial, la distribución de los productos elaborados, es decir, todo el problema de la circulación extensa de la mercancía ocupa un lugar secundario, aunque ideológicamente preponderante (es, no lo olvidemos, su principal legitimación), cuando el nuevo sistema se haya desarrollado plenamente pasará a desempeñar un papel funcional fundamental, habrá dejado de ser *número mágico* para pasar a ser *flujo mecánico*. Hay que esperar, en efecto, a la maduración del régimen de acumulación que se ha conocido como "fordismo", para que las estructuras de distribución comercial comiencen a adquirir definitivamente formas nuevas, unidas a un conjunto de transformaciones de naturaleza económica, social, cultural y urbanística que han conocido configuraciones sucesivas. Todo esto es historia, pero es memoria viva que, por encima de futuros modelos, dibujará nuestra geografía implacablemente.

### Consolidación del modelo fordista

La forma metropolitana es el espacio urbano que corresponde al *régimen de acumulación fordista* que, como es sabido, extrae

su rentabilidad de producir largas series de productos idénticos para alcanzar al mayor número posible de destinatarios. Su paradigma industrial es la fábrica *taylorista*, es decir, una división precisa del trabajo en fragmentos encadenados cuyas operaciones son susceptibles de especialización creciente. Grandes concentraciones de recursos y de mano de obra permiten también incorporar economías de escala, a las de urbanización metropolitanas. Su modelo de distribución característico es la gran *superficie comercial* aunque siempre soñó con un modelo difuso que llegara a cualquier rincón (un flujo permanente, boca a boca).

Cada uno ocupa su lugar en esa gigantesca maquinaria productiva segmentada y jerarquizada, del mismo modo que cada uno ocupa su lugar en el espacio urbano que ha engendrado a partir de la vieja geografía heredada. De ahí esa estructura territorial presidida por un poderoso núcleo central dominado por actividades de servicios (la antigua ciudad transformada), en torno al cual se establecen diversos asentamientos o áreas satélites (en núcleos o en mancha de aceite) donde se entremezclan residencia y actividad industrial, más o menos vinculadas entre sí pero, en todo caso, fuertemente dependientes del núcleo central, lugar de circulación mercantil principal, meta de la peripecia vital. Paraíso y purgatorio, respectivamente, de esta nueva Comedia que ya Balzac intuyó más humana que divina, apenas iniciada.

En este espacio orbital, mientras algunos grupos sociales estacionan libremente sobre formas residenciales dictadas por la nueva cultura (eso que se denominó modernidad y que en los momentos dorados del fordismo se relacionaba con el aire libre y el sano ejercicio familiar), otros, simplemente obligados por una geografía de precios fuertemente segregadora, se instalan donde pueden. De ello resulta una periferia diferenciada por niveles de renta, nueva medida de la posición social y geográfica que, como es sabido, nace en las relaciones de producción, no en el consumo. Mientras tanto, el centro urbano pierde efectivos y su población envejece (otra capacidad y estructura de consumo diferente), al tiempo que las actividades de servicio, siempre en aumento a medida que se consolida el modelo, se apoderan de los viejos lugares de habitación.

No hay que señalar la importancia que adquiere en este enorme universo segregado el sistema de comunicaciones que asegura su funcionamiento unitario, ni cómo el transporte privado se ha visto especialmente favorecido por el desarrollo de un modelo industrial que ha tomado el nombre de un fabricante de automóviles.

---

finally, after the Second World War, they culminated in what has been called the "Ford" model, the main feature of which is that it is based on massive scale production and consumption which, for the first time,

seemed to herald the possibility of the promised commercial paradise actually coming about.

All of this appears to have been a mirage because the crude reality is that the Ford industrialization model

went into a crisis at least fifteen years ago, taking with it the adjustment system that allowed the "equalitarian" coupling of consumption and production, and which was known as the Welfare State.

Since the beginning of this modern adventure, commercial spaces have been trying to keep abreast of this somewhat earthly image of paradise. First there was the ritual of the big international exhibitions, and the crea-

¿Qué ha ocurrido con la estructura comercial en este complejo recorrido?

Mientras la industria extraía su rentabilidad fundamentalmente de la mejora de los procesos de trabajo, bastaba con disponer de un dispositivo de circulación muy similar al correspondiente al modelo de la pequeña producción mercantil que contaba con más de cinco siglos a sus espaldas. Eso sí, ennoblecido y bien situado en los centros históricos, próximo a los escogidos grupos sociales consumidores. Cuando, por el contrario, la nueva fórmula de producción masiva exige un consumo igualmente masivo que, en el límite, debería alcanzar a toda la población, es necesario introducir algunos importantes retoques en el dispositivo de circulación, que, además, se enfrenta a una geografía y a una distribución demográfica que ha roto muchas barreras. Todos deben ser potenciales consumidores de un conjunto cada vez más amplio de mercancías, que incluye un paquete imprescindible para cada familia, unidad de consumo principal, hasta que la crisis de este modelo no exija la conquista del consumo personalizado.

El problema radica en que esa potencial masa de consumidores ha estallado por todo el territorio metropolitano, lejos de los centros comerciales históricos; que la estructura comercial fragmentaria no es la más adecuada para asegurar la eficaz rotación de los productos, y que buena parte de esa clientela ampliada dispone de unos recursos demasiado ajustados a su estricta supervivencia. Mejorar acceso y capacidad de consumo serán



Vistas actuales de la ciudad obrera de la calle Rochechouart.



Primer proyecto de la ciudad obrera de la calle de Rochechouart, 58 (distrito IX), París.

tion of the big glazed areas that housed the sanctified merchandise, just as the great cathedrals were once places to celebrate the passing from this world to the higher world, that is the ceremony of salvation. Then came

the creation of new urban spaces and new commercial models such as the department store and the likewise glazed galleries which began to be representative of the massive, popular consumer area that contributed to the

objetivos prioritarios. De esto último se encargará el *modo de regulación* conocido como Estado del Bienestar, indisolublemente ligado a esta consolidación del modelo "fordista", y cuya misión principal era liberar un volumen importante de rentas familiares, para ser destinadas al consumo de productos. El débil equilibrio que llegaron a alcanzar estos inconsútiles espacios metropolitanos se alimentaba de esa redistribución de la renta practicada por el Estado Providencia. Sin ella se derrumba todo el edificio.

Ha habido otros ajustes, como la introducción de la venta a crédito (posible si hay salario fijo) o la fabricación de gamas de productos con diferentes niveles de calidad-precio, y también la aparición de nuevas fórmulas de distribución comercial capaces de reducir costes, como las *grandes superficies*. El éxito de esta fórmula se debe a su probada capacidad de adaptación a las diferentes realidades periféricas en las que, por razones de espacio e históricas, ha tenido que instalarse. Su aparición está vinculada a los momentos en que este modelo económico-social y urbano madura en cada país (el "fordismo" se materializaba en espacios nacionales). Su localización depende de dos factores principales, el campo de rentas que queda bajo su control y la accesibilidad a través del transporte privado: dos factores estrechamente vinculados entre sí.

Es una actividad comercial fuertemente capitalizada con intereses extraurbanos. Por primera vez el comercio deja de ser capital local para depender de un capital internacional, lo cual es enormemente importante si tenemos en cuenta el papel decisivo que han jugado siempre los intereses comerciales locales en la construcción e, incluso, en la defensa de la ciudad; baste recordar la intervención del pequeño comercio en episodios que, como el de la Gran Vía Diagonal, precedieron a la peculiar rehabilitación del centro de Madrid, en la que también participó activamente. Por el contrario, las grandes superficies carecen de intereses urbanos, quieren ser autosuficientes y, en sus últimas formulaciones, apuntan a la suplantación misma del corazón de la ciudad. Terrible destino para nuestras ciudades, aunque, afortunadamente, poco probable.

Las grandes superficies llegaron a nuestras periferias como ya antes habían llegado a otras periferias fuera de España. Fueron bien recibidas por los poderes locales que veían en ellas una posibilidad de hacer realidad el mito de plenitud que tanto hacía suspirar a sus desheredados ciudadanos. Se instalaron en los bordes de la ciudad central ante la imposibilidad de hacerlo dentro, y sólo se resignaron con la pura periferia después de haber agotado toda otra posibilidad. Siempre han encontrado un tejido urbano de reciente creación y, por tanto, escasamente

transformado en ciudad, apenas abonado por los pequeños comerciantes que han acompañado las primeras fases de esa colonización, en unas condiciones ciertamente duras, pues la clientela tenía que destinar cantidades importantes de sus ingresos al pago de la vivienda recién comprada que, a diferencia de otros países, en España domina la vivienda en propiedad.

Sólo se instala una *gran superficie* directamente en una periferia en estado de gestación si es de alto nivel de renta, en cuyo caso tratará de "ocupar la posición" antes que la competencia, porque requiere una masa crítica de consumo que sólo se presenta en una fase posterior, de manera que el pequeño comercio cumple en la fase inicial un papel de preparación o abonado del terreno para que pueda estar en condiciones de alimentar a esta nueva criatura. Ya se ve el diferente papel que pueden jugar estas modalidades comerciales tan dispares, pero no es la única diferencia: centro urbano por un lado, y borde y periferia metropolitana, por otro, son dos realidades que definen modelos comerciales diferentes, modalidades distintas de articulación o de convivencia de la gran superficie y el comercio tradicional.

### Crisis del modelo

Nos encontramos ante la crisis del viejo modelo de industrialización que aún no ha podido encontrar un sustituto semejante a él, es decir, fiable y universal, seguramente porque en el futuro cada ciudad o cada región económica tendrá que componer a la carta una combinación de varios modelos de industrialización en función de su propia biografía. No es éste el lugar para entrar en esta complejísima cuestión, pero para lo que nos ocupa, quizá sea interesante destacar que los nuevos modelos que se van perfilando, apuntan hacia nuevas formas de regulación salarial y a una crisis del Estado del Bienestar, es decir, *un nuevo acoplamiento de la relación producción-consumo*.

La gran fábrica, que fue el paradigma industrial del modelo en crisis, va siendo sustituida por un universo atomizado de pequeñas empresas, mientras que las actividades de control, diseño, gestión y comercialización, que garantizan la unidad, y la combinación más eficaz de ese sumatorio de pequeños procesos de producción, se han librado de las cadenas que las ataban al viejo edificio fabril, y ahora pueden desplazarse al puesto de mando en el centro de las metrópolis, llevándose consigo los segmentos más rentables del aparato productivo, aquellos que pueden incrementar su rentabilidad a corto plazo por aplicación de las nuevas *tecnologías*. Sálvese quien pueda.

Más allá del "cuarto cinturón" (o su equivalente) quedan los restos del viejo núcleo asalariado, y mucho trabajo banalizado, gracias también a la aplicación de las nuevas técnicas. Pero, sobre todo, queda paro, mano de obra descualificada, sueldos bajos y una desregulación salarial creciente que, entre otras cosas, bloquea el acceso al crédito. El tablero ha variado radicalmente: adiós al dorado fordismo, al Bienestar, el paraíso vuelve al centro, *hortus conclusus* que sólo abrió aparentemente su cerca.

No está claro todavía si esto conduce a formar una sociedad dual o una *sociedad de tres tercios*, pero sí parece que algunos grupos sociales unidos a esas actividades emergentes acumulan rentas a costa de los restantes, y que los viejos mecanismos de redistribución no bombean con suficiente eficacia para aliviar el desajuste. El sustantivo pacto de equidad sellado tras la última Gran Guerra, que había terminado por adoptar la forma de una "similaridad" en el consumo, oficiada en su último tramo por las *grandes superficies*, también se tambalea. El sólido y homogéneo bloque de consumidores se resquebraja. La producción masiva y universal del modelo en crisis ha de ser sustituida por otra fórmula, más acorde con el nuevo reparto de recursos, al menos para aquellos productos que no son de primera necesidad. Es decir, que la vieja métrica del modelo "fordista", que alimentaba la ilusión de un consumo igualitario, se ha desmoronado.

Dicho de forma esquemática, este cambio necesario se logra sustituyendo el consumo familiar por el consumo personal o, lo que viene a ser lo mismo, introduciendo dentro de un mismo hogar variantes del mismo producto, de manera que unos hagan el consumo (duplicado o triplicado) que no pueden hacer los otros. Puede pensarse que esto daría al traste con la producción de grandes series, pero lo cierto es que las nuevas técnicas productivas permiten introducir sin ningún problema series más cortas de variantes dentro de una misma producción masiva. Acompañan a este sistema, entre otras cosas, la nueva cultura de la individualidad, la proliferación de la vivienda secundaria (en Europa los triunfadores van por la tercera) y el que cada vez sean más numerosos los hogares unipersonales, y que estos fenómenos incidan sobre todo en los sectores sociales con más renta. Se multiplican así, para algunos, los lugares a equipar con el repertorio completo de artefactos domésticos, mientras otros ni siquiera pueden conseguir una vivienda.

Creo, pues, que se está produciendo un cambio radical de escenario porque, además, buena parte de esos grupos emergentes que "acaparan" la renta están retornando al centro rehabilitado de la ciudad alejándose de la geografía controlada por las

*grandes superficies* periféricas y desinteresándose de su oferta estandarizada, al menos en la parte de su consumo que más contribuye a definir su *status* social.

Parece que el centro histórico vuelve a ser el destino final de todos los que triunfan (en solitario, al estilo prometeico), sólo es necesario adaptarlo al modo de vida y a las funciones de reproducción que exige esa nueva hegemonía social. Ya ocurrió antes pero ésta es la primera vez que una profunda transformación de las estructuras urbanas y una sustitución de sus contenidos sociales, toma la forma de una rehabilitación "conservacionista", que ha absorbido el grueso de esos recursos tan desigualmente repartidos, para construir una topografía de precios inmobiliarios a la escala de su hazaña.

Ese desplazamiento hacia el espacio del éxito, dibuja estructuras de consumo y formas de utilización del tiempo libre que no pueden existir en la periferia. El comercio tradicional, mayoritario en el tejido central, ha tenido que dar cuenta de este cambio realizando un importante esfuerzo de modernización, y adoptando diferentes fórmulas de asociación, para poder competir en mejores condiciones con las economías de escala que disfrutaban los viejos almacenes por departamentos que, a su vez, han implantado en la ciudad histórica, donde nacieron, modalidades comerciales similares a las de las grandes superficies metropolitanas. Se han recuperado incunables, como los pequeños centros que agrupan diversos establecimientos, *facsimiles* de las galerías comerciales del pasado siglo, asociadas a una vía de gran tránsito. Pero, sobre todo, se ha dado una fuerte especialización de este comercio fragmentado, que parece haber encontrado un "nicho ecológico" propio. Y todo ello en una geografía de rentas intransitable, fuertemente selectiva, sólo para campeones.

### Un escenario comercial para el fin de siglo

Llegados aquí después de este agotador recorrido que, a pesar de todo, sigue siendo muy incompleto y esquemático, creo que disponemos de elementos suficientes para discurrir sobre el futuro del espacio comercial, más allá del tópico enfrentamiento entre la gran superficie y el pequeño comercio, y también más allá del papel, un tanto mecanicista, que le suele atribuir el planeamiento urbanístico.

En primer lugar, se ha tratado de mostrar que cada modelo de industrialización define un modelo comercial determinado o la forma en que se combinan diferentes fórmulas comerciales. Si el primero varía, el segundo lo seguirá tarde o temprano. Eso incluye

---

establishments must necessarily live together in harmony. As long as it continues to exist, the typified, massified consumption typical of the urban fringes will be made up of more extensive centralized activities taken

on by the large-surface establishments with the blessing of the town halls while, at the same time, the highly-specialized and requalified type of trading will be reconstructing old spatial formulas in the city centres,

---

from where the traditional family business will have disappeared however, in order to provide service for a new kind of customer characterized by personal consumption and high income.

Everything seems to point to the

fact that, just as the industrial model that is beginning to emerge from the crisis is a kind of a la carte rehash (in each "biotope") of the components of the previous models and some new formulas, none of

todas las componentes del modelo, es decir, tanto el paradigma industrial, como el régimen de acumulación, como el modo de regular la relación de acoplamiento salario-consumo, cuya materialización espacial es la propia estructura comercial.

En segundo lugar, se ha mostrado la importancia que tiene la genealogía del espacio social y urbano en el despliegue de los diferentes modelos comerciales.

Por último, se ha señalado el papel fundamental que tiene el aparato comercial en la construcción, transformación, mantenimiento, vitalización y también destrucción de la ciudad, y no es aventurado decir que sea cual sea la ciudad futura tendrá que resultar de una convivencia articulada de todas las formas comerciales que han surgido a lo largo de su historia. La ciudad es una enorme memoria que se construye de forma irreversible a partir de sus logros sucesivos. Una ciudad como París, por poner un ejemplo incontestable de ciudad comercial, verdadero centro de creación de nuevas fórmulas, aún conserva, en las pequeñas plazas distribuidas por todo su tejido urbano, los viejos mercadillos que desde la Edad Media se celebran dos días a la semana, y que siguen siendo fundamentales en el abastecimiento de la ciudad, a pesar de convivir con los sistemas de distribución más modernos.

Con independencia de cuál sea la forma hegemónica en cada momento, hay que admitir que su origen, su nacimiento, ha sido posible gracias a la presencia de las formas anteriores, de modo similar a, como en la naturaleza, las especies más evolucionadas no son viables sin aquellas que les han preparado el camino y que les mantienen las condiciones objetivas de su existencia.

Antes veíamos cómo la instalación de un "hiper" seguía a una preparación llevada a cabo por el comercio tradicional, pero es que la *gran superficie*, tan superior en tantos aspectos, adopta formas de organización departamental que reproducen hasta la estética del comercio tradicional y su denominación (*boutique*), cuando no establece con él una relación simbiótica de la que salen mutuamente beneficiados. De hecho, esos comercios se llaman "picabueyes", mostrando la validez de la analogía biológica. Otra cosa es que tengan que comprar su derecho a instalarse junto al "buey-locomotora", y que ese "privilegio" esté reservado a unos pocos, pero, a pesar de todo, quedan otras posibilidades: el último censo realizado en Madrid, en 1990, registra un aumento considerable del número de establecimientos comerciales de pequeño formato.

La nueva estrategia comercial, el nuevo *teatro comercial*, tendrá que atender a estos factores nuevos, como son la capacidad del sistema productivo para fabricar grandes series compuestas de

variantes más cortas; la progresiva separación de los diferentes estratos sociales (con estructuras de consumo diversas y especializadas, frondosas unas, escuálidas otras) y con su nueva distribución geográfica; la tendencia a sustituir, poco a poco, el consumo familiar por el personal (apenas iniciada); la diferente resistencia que ofrece el tejido urbano (central o periférico) a la instalación de ciertas formas comerciales, o la distinta capacidad de generar ciudad que unas y otras poseen, en una sociedad dominada por la recuperación de los valores urbanos, obsesionada por el éxito y su codificación en un repertorio de consumo. Y todo ello sobre una estructura espacial que ya posee una determinada configuración.

Un modelo productivo que aún no sabemos cómo es, pero que no parece exigir para su supervivencia un sistema de circulación mercantil universal, estandarizado y omnipresente, puede devolvernos a un escenario comercial similar al de hace un siglo: este resurgimiento del comercio en los centros urbanos tradicionales, parece confirmarlo. El problema es que han pasado cien años y que ya no se contemplan las desigualdades con el mismo sentido del humor.

La gran superficie ha demostrado su mayor aptitud para rebajar costes y para asegurar la adecuada rotación de los productos; incluso ha demostrado su capacidad para imponer ciertos consumos, señalando a veces el camino a seguir a la propia industria, pero todo ello está relacionado con la distribución masiva. Por el contrario, el pequeño comercio ha demostrado que es, ante todo, una criatura urbana "todoterreno", capaz de adaptarse, en un breve lapso de tiempo, especializándose hasta donde sea necesario. Cada una tiene su propio "nicho ecológico", su campo de máxima eficacia y sus limitaciones. Su convivencia se organiza de manera distinta según el tejido urbano que consideremos, y según varíen las relaciones de acoplamiento producción-consumo que han sufrido una importante mutación en los últimos años.

No sé si el coste ligeramente superior que hay que pagar porque nuestras calles estén llenas de comercios se verá compensado con otras ventajas más difícilmente ponderables, como disfrutar de la vida en una ciudad de verdad, pero, de no ser así, acabaremos viviendo en desiertos de asfalto, en torno a un oasis cada vez más lejano que terminará por secarse, mientras otros afortunados, los menos, podrán disponer casi en exclusiva de un frondoso "jardín" comercial. Los poderes públicos tienen ahí una importante tarea a realizar, ya que la periferia urbana sigue siendo la gran asignatura pendiente de nuestras sociedades democráticas.

---

which are able to hold away, the same thing will happen with the space for the new coupling of production and consumption. It is suggested, then, that this space be considered according to the model

proposed by present-day ecology, and some of the latter's characteristic parameters and most notable configurations are put forward. Finally, there is a clear need to submit the above system to a conservation,

---

improvement or protection plan that will ensure its efficiency as a control mechanism for the new coupling. This will necessarily lead to a far-reaching change in commercial policies, from both the economic and

urban-planning points of view, pursued by the Government, leaving behind the mechanistic concept of commercial equipment which was coined during the golden age of the Welfare State.

Según el modelo que propugna la Administración, el ordenamiento comercial tiene como misión garantizar el suministro (a toda la población) de la gama más amplia de productos posible, al precio más bajo. Para ello es necesario aumentar la accesibilidad. El problema es que la accesibilidad no es una cuestión de distancia, sino que nace en las estructuras salariales, en el seno del aparato productivo, y que la gama más amplia posible es, para muchos, la mínima imprescindible, y eso tiene una geografía concreta. La vieja técnica urbanística, todavía utilizada, de asignar estándares de suelo para la actividad comercial, según una jerarquía de centros, en función del área servida y de la distancia a recorrer, podía cubrir el expediente en aquellas épocas en que se soñaba una sociedad, una producción y una ciudad homogéneas como un cristal, pero ya hace tiempo que se enturbió la imagen. El viejo limbo neutro e isótropo ha recuperado su radical complejidad, su irreductible asimetría. La teoría de los lugares centrales que sirvió para describir el automatismo que configuraba el espacio estático y fronterizo del paraíso del consumo igualitario y masivo, tendrá que ceder su lugar a un instrumento de comprensión que vuelva a poner en marcha los relojes, que atienda a la tumultuosidad biológica del fenómeno, a sus bifurcaciones indeterminables.

**A falta de un instrumento más adecuado, propongo considerar la distribución comercial como si de un complejo ecosistema se tratara; eso nos permitiría al menos disponer de un método conocido y aplicado en la ordenación del territorio, aunque sea necesario sustituir todos sus parámetros. Permitiría elaborar algo así como un Plan Especial del Medio Comercial, que requeriría identificar las especies y sus nichos, las biocenosis y sus biotopos, en un territorio diferenciado por el tejido urbano y las rentas inmobiliarias. En este sistema, el grupo social presente establecería, con su renta y su estructura y modalidad de consumo, las leyes de selección y señalaría las lagunas.**

Habría especies colonizadoras y otras que se situarían en el vértice de la cadena trófica; todas serían necesarias, pero su distribución sería muy desigual. Podríamos identificar formaciones de *bosque en galería* en los ejes comerciales de la ciudad, regidos por leyes de selección tan estrictas que amenazarían su equilibrio obligando a disponer medidas para conservar algunas especies frágiles pero imprescindibles. Cultivaríamos jardines artificiales con especies seleccionadas. Dispondríamos estufas para conservar formas exóticas o en peligro de extinción, y, desgraciadamente, también encontraríamos áreas desérticas con algún pequeño oasis, que habría que reforestar adoptando las medidas urbanís-

ticas y las ayudas económicas necesarias, pero, sobre todo, eligiendo las especies más adecuadas. Es posible crear, conservar, mejorar, adaptar o transformar estos conjuntos, pero para ello es necesario conocer las leyes que rigen su existencia, y cómo los cambios los pueden afectar. Creo que hay conocimientos suficientes de esas leyes, sólo falta construir con ellas un nuevo cuerpo teórico, que habría que codificar en un conjunto de regulaciones urbanísticas para cada caso, evitando las traducciones excesivamente mecanicistas. Aquí sólo se han dado algunos ejemplos.

Mientras en la periferia los centros comerciales de gran superficie comienzan a incorporar actividades recreativas y culturales, en connivencia con los propios Ayuntamientos, convirtiéndose en el único centro, y además privatizado, de estos desarrollos en vías de desertización urbana; en la ciudad histórica el fuerte campo de rentas inmobiliarias aniquila toda la actividad comercial de primera necesidad que no puede competir en rentabilidad con el comercio, más especializado, de consumo personal, o con otros servicios, y aquí no contamos con los mercadillos de París.

Son sólo dos aspectos contrapuestos de una misma falta de planificación del espacio comercial, que obligaría a utilizar con mayor intención la regulación de usos y formas comerciales en la normativa urbanística, en el planeamiento y en las estrategias públicas, después de ponderar las características de cada tipo de comercio, lo cual evitaría enfrentamientos dramáticos y la degradación de la escena urbana. Es, en definitiva, más un problema de cultura, de sensibilidad ciudadana y de economía política que de econometría. Quizá merezca la pena prolongar la ilusión del paraíso mercantil; acaso sea la última frontera, el espacio límite de la igualdad imposible; va a requerir una costosa *puesta en escena*, pero de poco serviría el urbanismo si no fuera *deus ex machina* en esos momentos imposibles. Haussmann lo expresó bien en unos versos pésimos:

*J'ai le culte du Beau, du Bien, des grandes choses,  
De la belle nature inspirant le grand art,  
Qu'il enchante l'oreille ou charme le regard  
J'ai l'amour du printemps en fleurs: femmes et roses.  
"Confession d'un lion devenu vieux"*