



La Rambla de Barcelona, a més de
via simbòlica de la ciutat per
excel·lència, és també un dels
eixos comercials més antics i vitals

L'EVOLUCIÓ DE LES ACTIVITATS COMERCIALS A LA CIUTAT DE BARCELONA

A Barcelona el comerç s'inscriu en una llarga tradició, que no ha d'ésser oblidada. El capital comercial barceloní, com el d'altres ciutats del litoral i del pre-litoral de Catalunya, ha estat un dels pilars de l'expansió industrial i urbana contemporània, almenys des del segle XVIII. Per això, quan s'inicia qualsevol anàlisi del comerç de la ciutat cal recórrer a la història, ni que sigui breument, i encara més quan la bibliografia sobre el tema és escassa i dispersa. Es presenta aquí el resultat d'alguns anys d'investigacions i discussions del grup d'estudis comercials urbans de la Universitat de Barcelona (CARRERAS, 1990). En primer lloc es fa una aproximació a l'evolució del comerç tradicional durant la llarga etapa pre-industrial, només assenyalant-ne els grans trets; a continuació s'anàlitzava l'evolució del centre comercial de la ciutat, i finalment es fa una valoració de la situació actual. Les fonts que s'han fet servir per a l'estudi han estat, generalment, guies urbanes i premsa setmanal, i esmentar-les totes resultaria excessivament prolix, de manera que s'ha reduït al mínim l'aparat erudit, mentre s'ha intentat que la bibliografia general, i la particular de Barcelona, sigui el més exhaustiva possible.

Les activitats comercials a la Barcelona pre-industrial

Les fonts documentals, les restes materials i fins i tot la memòria col·lectiva coincideixen sempre a mostrar que Barcelona ha estat una ciutat de botigues i de botiguers des dels temps més reculats. La colònia romana *Iulia Augusta Paterna Faventia Barcino*, malgrat aquest nom tan pompós, era un llogarret poc important, per descomptat molt més petit que *Tarraco*, la Tarragona actual, que fou capital de província (primer de tota la Ibèrica, després només de la Tarraconense); fins i tot era més petita que les veïnes *Iluro* i *Baetulo*, les actuals Mataró i Badalona, respectivament. Justament, al segle III d.C. els ciutadans de

Barcelona van adquirir (per compra?) les ruïnes de les muralles d'aquelles viles properes a fi de reforçar les seves fortificacions, que formaven un circuit que es va mantenir intacte fins al segle XIII i del qual hi ha avui més restes que de la muralla enderrocada el 1859 (DURAN, 1976). La visita al Museu d'Història de la Ciutat permet veure l'interior d'aquelles muralles, format per fragments de columnes, capitells i estàtues; dóna testimoni de la seva fortalesa el fet que mai no foren destruïdes, ni tan sols l'any 992, quan al-Mansur conquerí i saquejà la ciutat.

El geògraf i historiador Pierre Vilar ha fet notar que, en un litoral mancat de ports naturals, els arenys de tots dos costats de Montjuïc oferien un magnífic magatzem per al comerç llatí, i així la Barcelona romana tenia un emplaçament excel·lent prop de la desembocadura de dos rius, el Llobregat i el Besòs, que facilitaven les comunicacions entre la costa i l'interior de gairebé tot Catalunya (VILAR, 1929, 1964). L'aprofitament adequat d'aquest factor natural explica que a les excavacions de *Barcino* es trobin més restes de sitges i dipòsits d'oli i de gra que no pas de palaus i grans temples. De tota manera, la Barcelona romana no passaria d'ésser un petit punt d'intercanvi entre el que arribava de la mar Llatina, i fins i tot de més enllà, i el que s'extreia de l'interior català; un punt més en el sistema colonial romà, la continuïtat del qual al llarg de dos mil·lennis contrasta amb la intensitat dels canvis que s'han esdevingut posteriorment.

L'estabilització de la frontera entre els regnes cristians i l'Islam al Llobregat, cap a finals del primer mil·lenni, potser també fou una raó poderosa per atorgar a la ciutat un paper pioner dins del conjunt de la incipient Catalunya. El paper pioner significa funció política i militar, però també comercial. L'esplendor de la ciutat medieval, juntament amb el de tota la confederació catalano-aragonesa, en la qual exercia un paper

motor indiscutible, almenys durant els segles XI al XIII, es basava en l'activitat dels comerciants i, sobretot, en la dels mercaders. Ells van dissenyar una política d'expansió colonial mediterrània, en la qual el comerç seguia els exèrcits. La decadència del comerç mediterrani i l'apogeu de l'Atlàntic van coincidir amb la segona crisi històrica de la ciutat.

El fogatge¹ de l'any 1389 reproduïx la pedra circular de l'antiga plaça del Blat, que assenyalava el punt central de la divisió en quatre quarts de la Barcelona medieval. La plaça, situada davant la porta romana que comunicava el *Cardo maximus* amb la via Francisca, vers el Pirineu i Provença, era aleshores el mercat del gra, base de l'alimentació tradicional. Aquest fogatge, fet ja sota l'impacte negatiu de les pestes iniciades al segle XIV, mostra que els quarts més rics eren els dos litorals, més a prop del port; entre tots dos concentraven el 68% de la recaptació total, així com el 68%, també, dels arnesos (cavalleries) declarats. Els carrers de l'Argenteria, dels Canvis, del Born i de Montcada, carrers de comerciants i de mercaders, eren els que tenien els focs més rics (GARCÍA I GUÀRDIA, 1986).

No hi ha noves dades detallades fins el fogatge del 1516, fet en els primers anys del regnat de Carles I d'Habsburg. Aleshores, 744 caps de família tenien l'ofici de comerciant, el que representava l'11,7% dels focs censats; si a aquesta xifra s'afegeixen els 240 mercaders, el percentatge puja al 15,5%. Els comerciants es trobaven situats al llarg del carrer de l'Argenteria, al costat de la muralla romana i al llarg del camí cap a Provença, mentre que els mercaders se situaven vers el litoral². Si als oficis exclusivament comercials s'afegeien els

Notes:

1. Els fogatges eren censos dels focs o llars que existien en un moment determinat, i es van fer fins al segle XVI.

artesans, en els tallers dels quals s'atenia el públic i es feia la venda directa, el percentatge pujaria encara un 10,3% més. En resum, es podria dir que a començaments del segle XVI una quarta part dels focs barcelonins vivien de les activitats comercials o d'altres que s'hi relacionaven (GARCÍA I GUÀRDIA, 1986).

Aquesta situació va romandre relativament estable, sense grans canvis en l'espai intern de la ciutat, que es mantenia en la relativa homogeneïtat típica de les ciutats pre-industrials. L'hegemonia de Castella, amb la consegüent absència de cort i de cortesans a Barcelona, i el predomini de les vies comercials atlàntiques impedié qual-sevol mena de canvi. De la mateixa manera que en l'arquitectura tradicional les formes gòtiques van sobreviure per damunt del Renaixement i, gairebé, del Barroc, a la geografia comercial es va mantenir la segregació funcional marcada a la toponímia urbana que caracteritza les èpoques anteriors, almenys fins a començaments del segle XVIII, segons la informació continguda en el cadastre del 1716 (GARCÍA I GUÀRDIA, 1986).

Les grans transformacions de la ciutat van començar en el segle XVIII, amb la industrialització i les seves conseqüències d'especialització funcional i segregació social en l'àmbit de la ciutat. L'impacte de la manufactura sobre el comerç va trigar una mica a fer-se palès. Les botigues i els magatzems continuaren ocupant les plantes baixes de la majoria dels edificis, però la segregació social en la residència de la població va comportar també l'especialització dels comerços segons el segment de la demanda al qual s'adreçaven. Es tendia a conformar així, per primera vegada, un centre de la ciutat, on es concentraven les activitats de direcció de la nova indústria i dels comerços especialitzats que proveïen les classes dirigents urbanes. Ja durant el segle XIX, el creixement del proletariat i l'increment de la massa d'assalariats van posar els fonaments de l'augment de la demanda comercial, i alhora la ciutat adquiria espais públics destinats a l'esbarjo i els

equipaments (per exemple, els primers edificis destinats a mercats públics), i el fet de comprar va començar a adquirir el modern caràcter social, que superava la subsistència tradicional.

L'evolució del centre de la ciutat

La pròpia noció de centre neix, de fet, amb la ciutat capitalista, ja que només la segregació social que es va afegir a la funcional tradicional podia comportar la concentració d'activitats de decisió i de prestigi social en els llocs privilegiats de l'espai intern de les ciutats. Perquè aquesta concentració sigui possible cal la coexistència d'una sèrie de condicions, per exemple, espai disponible, una accessibilitat tan gran com sigui possible i un determinat nivell de prestigi social de l'entorn del centre. Un cop iniciat el procés, cadascun d'aquests factors es va accentuant i actua com una mena de cercle viciós que fa el centre més central cada dia. Només la saturació i la degradació dels vells centres i l'obertura de noves possibilitats permet un canvi de les localitzacions centrals³. A Barcelona, durant els darrers cent cinquanta anys, el centre ha restat relativament estable, malgrat haver tingut un notable desplaçament que ha deixat la seva empremta en diversos aspectes de la morfologia de la ciutat.

La Barcelona contemporània, industrial i capitalista, i per tant comercial, va tenir el primer centre de negocis molt a prop de la muralla de Mar, al capdavant de la Rambla i vers la plaça del Duc de Medinaceli, al voltant del carrer Ample. L'any 1844 van coincidir en el temps i en l'espai dos fets significatius: d'una banda, es va obrir la seu del Banc de Barcelona, a la Rambla, on havia estat l'antiga foneria de canons, que després fou farmàcia militar, i d'una altra, es va inaugurar la plaça del Duc de Medinaceli, urbanitzada per l'arquitecte Francesc Daniel Molina i Casamajó (1812-67), en els terrenys de l'antic convent dels mercedaris. El Banc de Barcelona, institució basada en l'autoritat moral i el prestigi material de la família Girona, era el primer gran intent de creació d'un sistema financer català,

però va fer fallida estrepitosament el 1920 (CABANA, 1978). També és significatiu que al centre de la plaça es va aixecar el primer monument de ferro colat de la ciutat, la columna commemorativa de l'almirall medieval Galzeran Marquet, símbol primerenc d'una nova estètica i alhora de la nova siderúrgia catalana; aquesta simbòlica novetat va rebre les crítiques aïrades d'alguns periodistes contemporanis, habituats a monuments de materials nobles, com el marbre o el bronze, i refractaris als inicis de la mercantilització de l'art (ANGELÓN, 1854).

A la vora de la seu central del Banc, i al voltant de la plaça, es constituí el primer centre de negocis de la ciutat. En una guia urbana del 1856 es destaca que a diferents edificis de la plaça hi havia la seu social o el despatx de diverses empreses, com la Indústria Algodonera, de Sant Andreu de Palomar, Ferrer y Cía., de Vilanova i la Geltrú, i Quer y Abad, de Sabadell; molt a prop situa la de La España Industrial, la de Cros i la de Güell, Ramis y Cía., totes tres amb fàbriques a Sants, i les de Masó, Cerdà, Segura y Cía., de Sitges, i Gispert, Laucherión y Cía., de Vilanova i la Geltrú. Des d'aleshores, i gairebé fins al començament del nou segle, la centralitat d'aquest sector es va incrementar: el 1864 es creà la companyia asseguradora La Catalana, primer a la rambla de Santa Mònica, després al carrer Nou de Sant Francesc; entre el 1874 i el 1892, el Banco de España va tenir la delegació barcelonina al carrer Ample; el 1881 es va fundar el Banco Vitalicio, al núm. 8 de la plaça del Duc de Medinaceli, mentre que dues altres asseguradores s'instal·laren ben a prop, al passeig de Colom: el Centro de Navieros y Aseguradores el 1879, i l'Assicuratrice Italiana el 1900.

L'ambient i la categoria del lloc foren bellament i fidelment descrits pel literat Narcís Oller⁴ (1846-1930) en la novel·la *La febre d'or*, que recull l'optimisme inversor que era l'estat d'ànim predominant en els anys 1890-92. El protagonista obre casa al carrer Ample per tal de guanyar respectabilitat. Les transaccions borsàries, base

Notes:

2. Cal recordar que precisament aquell any va començar la construcció de la muralla de mar, fet que separà la ciutat del contacte directe amb les activitats portuàries.
3. En aquest sentit es pot esmentar la ciutat de São Paulo, que entre el 1960 i el 1970 desdoblà el seu centre de negocis (CORDEIRO, 1988).

4. Un dels millors escriptors del naturalisme català. La versió francesa de la seva novel·la *La Papallona* fou prologada pel mateix Émile Zola, el 1885.
5. El carrer on era el bordell les ocupants del qual inspiraren el quadre *Les demoiselles d'Avignon*, de Pablo Picasso.

6. Cerdà, a més de projectar l'Eixample de Barcelona, va escriure el 1867 l'obra *Teoria general de la urbanització*, que recentment ha estat traduïda al francès.
7. El terme *india* (*indiano* en castellà) designava, a finals del segle XIX i començaments del XX, els espanyols que s'havien enriquit a Amèrica i tornaven a Espanya a invertir els seus capitals.

d'aquella febre d'or, es feien encara en el borsí del carrer d'Avinyó⁵ o a les llotges del Liceu, també molt a prop del barri. La fidelitat descriptiva de la novel·la fou demostrada en un article del polifacètic Carles Soldevila (1892-1967), en el qual identifica tots els seus personatges en la realitat del moment (MCDONOGH, 1986). En aquella època, els barris de Ribera i de Sant Pere eren encara els de la indústria i del comerç tèxtil. El comerç de luxe, en canvi, es concentrava en alguns punts de la Rambla i, sobretot, en el carrer de Ferran, obert sobre la trama medieval entre els anys 1824 i 1844 (NADAL, 1943).

La progressiva ocupació, entre el 1860 i el 1880, de l'Eixample, un sector urbanístic, gairebé una ciutat nova, dissenyat per l'enginyer català Ildefons Cerdà⁶ (1815-1876) i aprovat per reial decret el 1860, no privava que tota la vida de Barcelona romangués pràcticament tancada dins el recinte medieval fins gairebé cinquanta anys després de l'enderrocament de les muralles. Els barcelonins estaven tan acostumats a viure enmig d'altres densitats urbanes, amb un col·lapse circulatori gairebé permanent, que es malfiaven de traslladar-se a la ciutat nova, amb les seves condicions de vida suburbanes, que ells consideraven quasi campestres. Calgué esperar fins que els rics *indians*⁷, que tornaven a Espanya temorosos de les creixents crisis colonials i delerosos d'invertir en el negoci immobiliari barceloní, i alguns propietaris rurals de l'interior de Catalunya, que fugien de les extorsions de la tercera guerra carlina, colonitzessin el sector central de l'Eixample, amb els seus palaus arabitjats o les seves petites cases unifamiliars d'estil anglès, perquè els ciutadans de Barcelona comprenguessin que la seva ciutat havia canviat d'escala, perdessin el temor a viure en els nous barris i aprenguessin a intervenir àmpliament en el negoci immobiliari (PLA, 1945, 1956; CARRERAS, 1986).

Un nou esdeveniment urbà contribuï també a accelerar la sortida dels propietaris barcelonins cap a l'Eixample al mateix temps que creava un dels primers carrers dedicats als negocis: l'obertura de la via

Laietana, el 1907 (OLIVES, 1969). El nou eix, previst ja per Cerdà com un dels tres que travessaven la ciutat medieval, comunicava la ciutat nova amb el port; la seva urbanització va possibilitar la primera col·laboració moderna entre la banca privada (en aquest cas el Banco Hispano-Colonial, avui Banco Central) i la nova administració local, representada pel primer consistori municipal elegit democràticament. La via Laietana esdevingué així un carrer-pantalla, que amagava la degradació dels vells carrers medievals abandonats pels estadants tradicionals i només s'obria a fi de mostrar restes nobles, com un llenç de muralla romana o la capella reial de Santa Àgata. Es tracta d'un carrer format gairebé exclusivament per edificis d'oficines i comerços: l'any 1917 s'hi va instal·lar la seu central de la Caixa de Pensions per a la Vellesa i d'Estalvis, que hi ha romàs fins al final dels anys vuitanta; el 1927 s'hi traslladà la companyia Assicuratrice Italiana; el 1932 hi obrien les portes l'asseguradora suïssa Winterthur, el Crèdit Lyonnais i la Banca Jover; el 1933 s'hi traslladà el Banco de España, a l'edifici que avui estatja la Caixa de Catalunya. També es troben en aquest carrer institucions econòmiques, com el Foment del Treball Nacional, la patronal catalana, i de sindicats i companyies navilieres, com la Transmediterrànea o Fernando Roqué. Molt a prop de la via Laietana es van instal·lar també les seus socials de grans empreses tèxtils catalanes, com La España Industrial (a la plaça d'Urquinaona, procedent de la del Duc de Medinaceli), Sert (al passatge homònim) o Bertrand y Serra (al carrer de Trafalgar).

Els comerços no van seguir exactament aquest camí, amb poques excepcions. El passeig de Gràcia, al centre de l'Eixample, fou el successor del carrer de Ferran, després que els industrials i comerciants de Barcelona ja hi havien fet aixecar els seus grans blocs de pisos amb majestuoses façanes d'estil modernista; els grans noms de la burgesia catalana (Arnús, Marianao, Malagrida, Ametller, Batlló, Rocamora, Milà, etc.) van escollir els grans arquitectes del moment (Sagnier i Vilavecchia, Puig i Cadafalch,

Domènech i Montaner i, sobretot, Gaudí). El carrer es va convertir així realment en el *passeig*⁸, on la burgesia exhibia el seu luxe i la seva elevada capacitat de consum (PLA, 1956). La plaça de Catalunya va actuar com a ròtula que facilitava el pas del centre comercial de la ciutat medieval a la ciutat nova.

La Rambla⁹, el carrer més simbòlic de la ciutat, va saber mantenir un paper de via comercial bastant densa, al voltant del mercat de la Boqueria, continuació d'un vell mercat a l'aire lliure que es feia davant la porta homònima del primer recinte medieval de muralles; la Boqueria és encara avui el primer en la jerarquia dels mercats municipals, i un punt de gran atracció turística. La Rambla és la seu de les parades de flors i d'animals i dels quioscos de premsa, ben assortits i oberts gairebé a qualsevol hora del dia i pràcticament cada dia de l'any, dels comerços tradicionals de confecció i de cinemes, cafès, hotels i restaurants de totes les categories i estils.

La plaça de Catalunya va veure l'inici de la localització dels grans magatzems en els seus voltants: Vicenç Ferrer, a la pròpia plaça, avui integrat en El Corte Inglés, obert el 1962; els manresans Jorba, al portal de l'Àngel; El Siglo, primer a la Rambla (on actualment hi ha el SEPU) i després al carrer de Pelai, o El Àguila, a la plaça de la Universitat.

El passeig de Gràcia ha estat el gran aparcador de la nova burgesia noucentista, on s'exhibien vestits i senyores, carruatges i nens, minyones i barrets (PLA, 1956). Allí s'instal·là el comerç de luxe, en botigues noves o traslladades del vell carrer de Ferran, sobretot del ram de la sastreia i la confecció, però amb l'acompanyament de perfumeries, rellotgeries, sabateries, pastisseries, llibreries i galeries d'art; a més d'aquesta mena d'establiments també s'hi van obrir alguns hotels de prestigi. La influència del passeig es va estendre a les seves travessies i alguns carrers veïns, en especial cap a la Rambla de Catalunya, on el comerç alternava amb els serveis i la residència d'alt *standing*. Aquest darrer carrer, que sempre ha intentat constituir-se en una prolongació directa de l'eix de la Rambla¹⁰, va desenvolupar en el tram més proper a la plaça de Catalunya activitats d'oci (cafès i teatres), a més d'acadèmies i companyies d'assegurances. Des del punt de vista urbanístic, cal assenyalar que és l'única via barcelonina el bulevard central de la qual es va salvar de la febre automobilística dels anys seixanta.

8. En aquest sentit, el passeig de Gràcia és la versió barcelonina del boulevard parisenc, tal com el va descriure Baudelaire (BENJAMIN, 19).

9. L'eix de la Rambla es formà a partir de la prohibició de construir a determinada distància de la muralla medieval, i durant el segle XVIII fou regularitzat fins a esdevenir el passeig que és actualment.

10. La Rambla de Catalunya no figurava al pla de l'Eixample de Cerdà, i hi fou incorporada amb aquesta finalitat, però fins als plans de la ciutat olímpica, en els primers anys de la dècada dels noranta, no ha aconseguit un tractament urbanístic adient a aquell objectiu.



La Diagonal ha esdevingut des dels anys 1960 el nou eix comercial barceloní que s'ha soldat amb els anteriors del passeig de Gràcia i les Rambles

Les transformacions econòmiques iniciades a Espanya al final de la dècada dels cinquanta¹¹ cristal·litzaren també en el canvi de les activitats centrals de la ciutat en la morfologia del passeig de Gràcia i els carrers adjacents. Els bancs i les companyies d'assegurances envaïren el passeig en un procés típic de selecció de les activitats terciàries, la burgesia resident i els seus comerços en foren expulsats, es van enderrocar alguns edificis i el racionalisme de postguerra hi va fer la seva aparició (JACOBS, 1961)¹². La localització de grans magatzems sobre l'eix de la Diagonal (Sears el 1963; el segon centre comercial d'El Corte Inglés, el 1974) va atreure cap aquesta via l'activitat terciària del passeig de Gràcia, fet que ha comportat el sentit longitudinal que té avui l'eix comercial barceloní i ha impedit, alhora, la destrucció total del passeig en el sentit que ha estat denunciat a la majoria de les ciutats occidentals (Jacobs, 1961). Com a conseqüència d'aquestes mutacions van desaparèixer bona part dels establiments tradicionals i es van fer importants obres d'infraestructura, sobretot aparcaments subterranis i noves línies de metro. La Rambla va veure sorgir els establiments destinats al turisme: restaurants més o menys típics, pelleteries més o menys barates i botigues de records.

Els anys vuitanta han comportat una altra sèrie de canvis importants. D'una banda, la constitució del govern autònom de Catalunya ha originat la multiplicació dels edificis administratius; vells palaus i cases modernistes són restaurats, i Barcelona es va convertint progressivament en una ciutat de funcionaris, el que no havia estat mai. D'altra banda, el fenomen de les galeries comercials ha permès la convivència dels establiments comercials de reduïdes dimensions tradicionals amb les noves formes de *shopping center* especialitzat i dinàmic. Novament, el passeig de Gràcia fou el centre d'aquestes transformacions. En la seva cruïlla amb la Diagonal ha sorgit un nou centre administratiu (tres conselleries de la Generalitat, la Cambra de Comerç, la Diputació Provincial, entre d'altres institucions) que ha provocat la proliferació de nous bars i restaurants, així com d'hotels i,

fins i tot, d'apartaments de luxe. De la mateixa manera, aprofitant la vella tradició d'algunes galeries comercials, el desenvolupament de les quals era més aviat minso, es va anar formant en una de les illes de cases centrals del passeig el conjunt del Bulevard Rosa, empresa pionera i la més dinàmica d'aquest tipus de nou establiment comercial. La nova fórmula es basa en la gestió conjunta de diversos establiments petits, que són seleccionats estrictament, i ha estat copiada en molts altres punts de la ciutat.

Al costat de les galeries com a fórmula que permet fer compatibles dimensions reduïdes i gestió actualitzada, comparable a la fragmentació dels antics cinemes i teatres en multicines, han sorgit altres fenòmens comercials nous. Els establiments apleguen nous ventalls de productes (llibres, cinema i música, o aliments i restauració, per exemple), i el capital estranger penetra àmpliament en el sector de la venda comercial, sobretot mitjançant la franquícia, en l'alimentació, la confecció o la perfumeria. Si el primer fenomen ha permès un desenvolupament original del comerç i els carrers barcelonins, el segon referma el procés d'uniformització que caracteritza l'economia actual.

El comerç concentrat a la Barcelona actual

Segons la informació estadística municipal, el municipi de Barcelona comptava, l'any 1988, amb 36 646 locals comercials i 24 782 locals més classificats com de serveis, el que suposa més de 61 000 establiments terciaris oberts; això dóna una mitjana de 27,7 habitants per establiment. Aquest fet significa, en primer lloc, que el minifundisme continua essent la característica dominant, també en aquest sector de l'economia urbana. En aquest cas, minifundisme no tan sols suposa el predomini de la petita empresa, sinó, sobretot, la predominança de l'empresa familiar. Aquesta estructura s'ha basat de forma molt marcada en el paper peculiar de la dona dins la societat barcelonina en particular, i catalana en general. Les dones són comerciantes, sovint molt bones venedores, encara

que són treballadores sense feina oficial, fins i tot sense salari, però, alhora, són esposes i mares i mestresses de casa, treballs que ni tan sols són reconeguts en les estadístiques oficials; com a sectors de la població activa. Les dones són també consumidores, sovint molt bones compradores, esposes, mares o àvies, la majoria mestresses de casa sense ofici o sense lloc de treball, per a les quals la botiga de caire familiar és més un centre de sociabilitat que un punt de distribució; l'any 1988 les dones només representaven oficialment el 35,6% de la població activa, i els percentatges més baixos es registraven en els barris més modestos. Aquest paper de la dona, no remunerat, encara poc estudiat, és un dels factors que permeten explicar la supervivència dels petits establiments familiars, que de vegades han acabat amb la competència dels supermercats i els hipermercats o, almenys, l'han frenat, mitjançant la seva adaptació al sistema d'autoservei¹³.

Dintre d'aquest conjunt se situa un centre comercial clar, format al llarg de la història, tal com s'acaba d'exposar. Es tracta d'uns cinc quilòmetres lineals de vies urbanes centrals, al voltant de les quals s'han localitzat les activitats terciàries més importants, no tan sols al servei dels habitants de la ciutat, sinó també al dels d'una gran zona d'influència, i fins i tot al dels turistes que la visiten. En una superfície que no arriba al 2% de l'extensió del terme municipal es concentra el 6,2% dels serveis privats i el 16,5% dels establiments comercials, amb tota la diversitat d'especialitzacions que es poden trobar a la ciutat i amb les empreses comercials que declaren els beneficis més elevats (CARRERAS, DOMINGO I SAUER, 1990).

Aquest centre comercial està conformat per alguns grans sectors clarament diferenciats. En el primer nivell de la jerarquia es troba el que podria denominar-se pròpiament el Central Business District, al llarg del passeig de Gràcia, la Rambla de Catalunya i la Diagonal, que té una gran centralitat, uns equipaments i una infraestructura magnífics i un enorme dinamisme. En un segon nivell de jerarquia es troba l'illa de vianants, creada en els anys seixan-

Notes:

11. El 1959, any de l'aprovació de l'anomenat Pla d'Estabilització, ha estat considerat tradicionalment pels economistes l'inici de la modernització d'Espanya.

12. Les ordenances municipals de Barcelona, que prohibeixen aixecar edificis de més de 40 m d'alçada, llevat de casos excepcionals, han impedit la conformació d'una *City* a l'estil nord-americà.

13. L'autoservei suposa la col·locació dels productes en accés directe i el cobrament mitjançant una caixa registradora a la sortida-entrada de l'establiment, sense ampliar-ne les dimensions, i amb la dona atenent les vendes assistides mentre el marit cobra.



Vista del passeig de Gràcia a començaments del segle XX, quan era la gran via comercial de la ciutat

(Foto: autor)

ta, que comprèn una part del denominat Barri Gòtic, entre la Rambla, la catedral i la plaça de Catalunya; presenta una gran diversificació funcional i un patrimoni arquitectònic adequat, però està mancada de dotacions de serveis i de grans equipaments¹⁴, algunes especialitzacions comercials estan molt saturades i, en general, s'hi observa una tendència cap a la degradació i la pèrdua d'atractiu, com a conseqüència de l'especialització vers consumidors joves de productes barats. Al mateix nivell es troba un gran barri dedicat al comerç a l'engròs de productes tèxtils i de confecció, amb una gran tradició tant dintre com fora de la ciutat i que té encara actualment un gran dinamisme¹⁵. En un tercer nivell se

situa el conjunt de la ciutat antiga, sobretot els eixos de la Rambla i la via Laietana, encara amb problemes de rehabilitació d'edificis i amb establiments de gran tradició, en especial pel que fa a la confecció i la restauració. Finalment, un quart nivell el formarien els sectors del vell port, dinàmic centre comercial especialitzat en els aparells electrodomèstics barats, i de Maria Cristina, modern centre d'oficines creat al voltant del segon centre comercial dels grans magatzems El Corte Inglés.

Al costat d'aquest gran eix central es podrien destacar encara dues concentracions comercials que se situen en el tercer nivell de la jerarquia, però que posseeixen una gran diversitat funcional i un nombrós

públic popular. Es tracta de la zona formada al voltant del mercat municipal de Sant Antoni¹⁶ i de l'eix de la carretera d'Hostafrancs-Sants (CARRERAS, 1974).

De tots els establiments estudiats, que són gairebé 10 000, s'ha deduït que el dinamisme comercial està correlacionat directament amb la disponibilitat d'informació, sobretot econòmica, amb la disponibilitat de targetes de crèdit pel que fa a les compres i amb l'ús de serveis informàtics en la gestió del negoci. La dinàmica dels comerços també ha estat gran; entre el 1979 i el 1988 la taxa mitjana d'obertures de nous locals fou del 88%, fet que suposa una important creació en una zona ja molt saturada comercialment; la taxa mitjana de tan-

Notes:

14. L'Ajuntament va construir durant el 1990 nous aparcaments a les places de Catalunya i de la Catedral, que podrien atenuar aquest problema.

15. Fins i tot ha sorgit una "galeria comercial" a l'engròs dedicada a aquesta especialització tèxtil i de confecció, al carrer del Bruc.

16. On els diumenges hi ha un mercat de llibres d'ocasió i l'Ajuntament ha construït un gran aparcament subterrani.

caments, en el mateix període, fou del 48,2%, el que representa un creixement del cens d'establiments d'una mica més del 4% anual en aquests deu anys. Malgrat les reduïdes dimensions dels establiments, s'ha detectat la possibilitat de supervivència d'aquest centre comercial, a pesar dels plans de noves zones comercials que es proposen a la perifèria. El manteniment del centre tradicional de Barcelona, amb la diversificació que suposen els seus cinc quilòmetres, permet també el manteniment de la relativa unitat de l'espai social barceloní; el centre, tal com funciona, continua essent un lloc de sociabilització.

Per aquesta raó, com a conclusió dels estudis realitzats, es proposava que, en comptes de construir nous *shopping centers*, que intenten reinventar la ciutat, com

ja s'ha vist, seria molt més convenient convertir un sector ja comercial de la ciutat real en un veritable *shopping centre*, amb les seves característiques i potencialitats, fins i tot més. Això suposa la necessitat de mancomunar els esforços de comerciants i responsables municipals i canalitzar les inversions en un pla concret i ben previst. Seria necessària una direcció i una gestió centralitzades de tot el conjunt a pesar de la competència i del lliure mercat, cal que es pugui decidir quins comerços o serveis es troben en excés, i s'han de frenar o canviar, o quins tipus d'establiments manquen per tal de completar el ventall i afavorir una complementarietat completa; cal invertir en infraestructures de tota mena, afavorint l'accessibilitat i la proximitat de l'aparcament, mantenint l'ambient i guarnint-lo de forma

diferent al llarg de l'any, i crear una atmosfera de seguretat; cal mancomunar els serveis i els subministraments; s'ha de pensar en una clientela de totes les edats, amb llocs on els nens es puguin entretenir amb tranquil·litat mentre els seus acompanyants consumeixen sense presses; ha d'ésser possible passejar, treballar i comprar, i asseure's i contemplar i veure com es passeja, es treballa i es compra; cal que es pugui passar un dia sencer sense repeticions, ni pauses, ni avorriments. La fórmula ja està inventada de fa temps, només es tracta d'adaptar-la al teixit urbà existent.

Data de recepció de l'original: 12.90

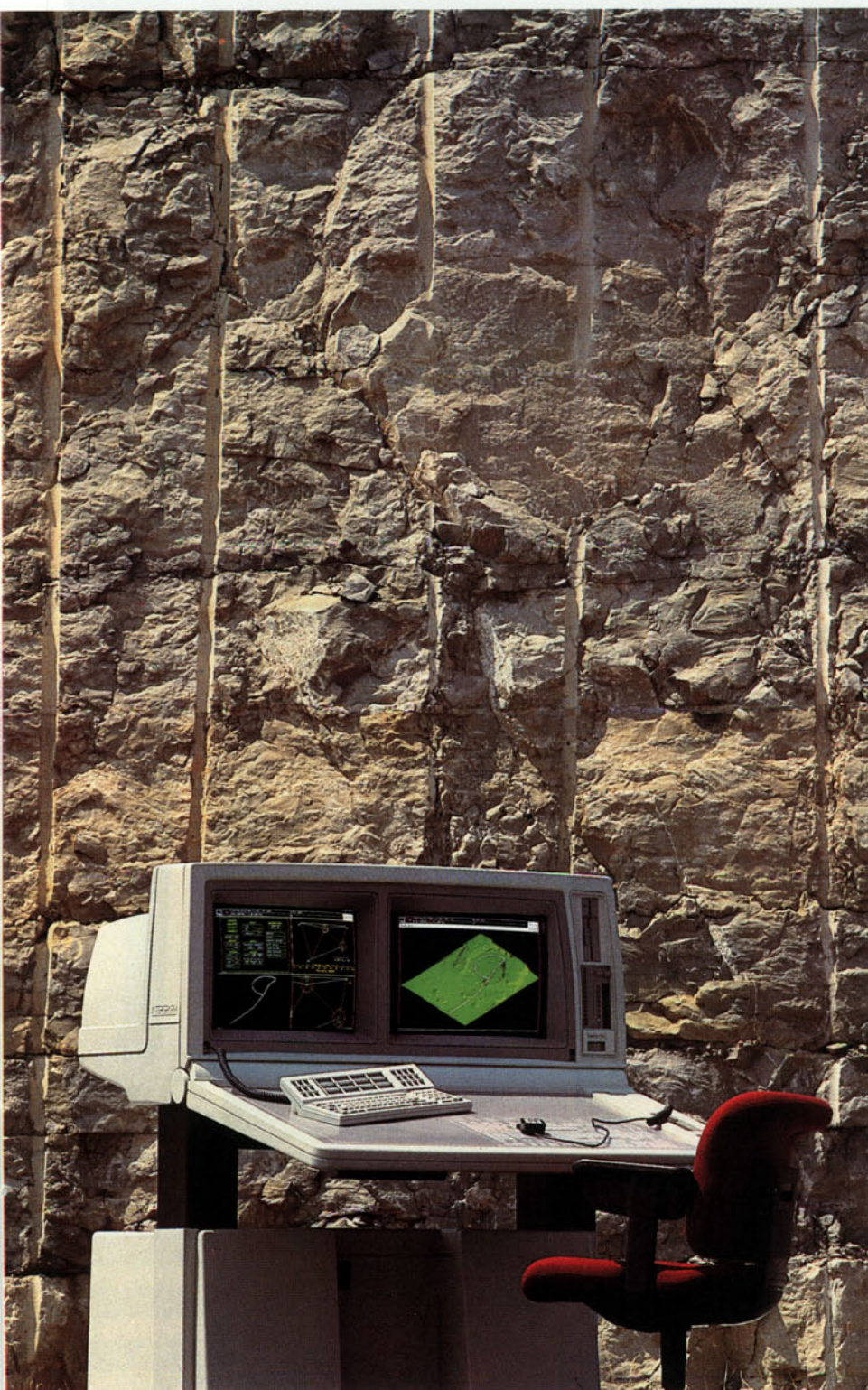
Carles Carreras
Catedràtic de Geografia Humana
Universitat de Barcelona

BIBLIOGRAFIA

- ABRAMS, P. i WRIGLEY, E. A.: *Towns in Societies*. Universitat de Cambridge. Cambridge, 1988.
- ADELANTADO, G., et al.: *Les estructures comercials a Diagonal-Mar*. 112 pàgs. i 3 plànols. Institut Barri Besòs. Barcelona, 1989.
- ALEGRET, J., BROSS, J. M., FONOLLEDA, S. i MAYMÓ, J.: *Localització i característiques dels establiments detallistes d'alimentació i drogueria de Barcelona*. Ajuntament de Barcelona (edició fotocopiada). Barcelona (sense data).
- ANGELÓN, M.: *Guia satírica de Barcelona*. Barcelona, 1854. Reedició: Ed. Millà, 92 pàgs. Barcelona, 1946.
- ASII: *Le aree commerciale*. 446 pàgs. Ed. Analisi. Bologna, 1987.
- BATALLÉ, D.: *L'equipament comercial i la seva evolució*. 81 pàgs. Edició fotocopiada. Girona, 1986.
- BEAUJEU-GARNIER, J. i DELOBEZ, A.: *La géographie du commerce*. 147 pàgs. Masson. Paris, 1977.
- BEAVON, K.S.O.: *Central Place Theory: A Reinterpretation*. Longman. London, 1977. Traducció castellana: *Geografía de las actividades terciarias. Una reinterpretación de la teoría de los lugares centrales*. Oikos-Tau. Barcelona, 1981.
- BERRY, B.J.L.: *Geography of Market Centers and Retail Distribution*. Englewood Cliffs. New Jersey, 1967. Traducció castellana: *Geografía de los centros de mercado*. Vicens Vives. Barcelona, 1972.
- BERRY, B.J.L. i GARRISON, W.L.: "Functional Bases of the Central Place Hierarchy", a *Economic Geography*, núm. 34, pàgs. 145-154. 1958.
- BERRY, B.J.L. i GARRISON, W.L.: "A Note on Central Place Theory and the Range of a Good", a *Economic Geography*, núm. 34, pàgs. 304-311. 1958.
- BERRY, B.J.L. i GARRISON, W.L.: "Recent Developments of Central Place Theory", a *Papers and Proceedings of the Regional Science Association*, 1958.
- BLANCHARD, R.: *Grenoble. Étude de géographie urbaine*. Ed. A. Colin. Paris, 1911.
- BOBEK, H.: *Die Grosstadt Wien als Lebbes-tätte der Wiener*. Ed. H. Böhlhaus. Wien-Köln, 1958.
- BRAMBILLA, R. i LONGO, G.: *Centros urbanos peatonales. Planificación, proyecto y gestión de zonas sin tráfico*. 208 pàgs. Ed. Oikos-Tau. Vilassar de Mar, 1989.
- CABANA, F.: *Història del Banc de Barcelona*. Edicions 62. Barcelona, 1978.
- Cambra de Comerç i Indústria de Girona: *Comerç, consum i urbanisme a Olot i la Garrotxa*. 39 pàgs. Cambra de Comerç i Indústria. Girona, 1984.
- Cambra de Comerç i Indústria de Girona: *Estudi comercial de la ciutat de Banyoles*. Cambra de Comerç i Indústria. Girona, 1985.
- Cambra de Comerç i Indústria de Girona: *Estudi sobre l'estructura comercial del Ripollès*. Cambra de Comerç i Indústria. Girona, 1985.
- CAPEL, H.: *Filosofia y ciencia en la geografía contemporánea*. 510 pàgs. Ed. Barcanova. Barcelona, 1981.
- CARRERAS, C.: *Hostafrancs, un barri de Barcelona*. 198 pàgs. Biblioteca Selecta, 474. Editorial Selecta. Barcelona, 1974.
- CARRERAS, C.: "Sant Vicenç dels Horts, estudi de les transformacions d'un municipi del Baix Llobregat", a AA.DD.: *XXV Assemblée Intercomarcal d'Estudiosos*. El Prat, 25-26 d'octubre del 1980. 742 pàgs. (pàgs. 712-721). Ed. Centre d'Estudis Comarcals del Baix Llobregat. 1985.
- CARRERAS, C.: "Los problemas del suelo urbano", a AA.DD.: *Jornadas de Geografía y Urbanismo*, pàgs. 101-123. Junta de Castilla y León. Salamanca, 1986.
- CARRERAS, C.: "Enfocs i fonts d'estudi en Geografia Urbana" i "Evolució de la propietat urbana a Sant Vicenç dels Horts des de mitjans segle XIX", a AA.DD.: *II Setmana d'Estudis Urbans de Lleida*. 546 pàgs. (pàgs. 529-562 i 419-432). Ed. Institut Cartogràfic de Catalunya. Barcelona, 1987.
- CARRERAS, C.: "Paisaje urbano y novela", a *Estudios Geográficos*, volum XLIX, núm. 191, pàgs. 165-187. CSIC. Madrid, abril-juny 1988.
- CARRERAS, C.: "Per una nova Geografia Comercial", a *Revista Catalana de Geografia*, núm. 10, pàgs. 2-16. Institut Cartogràfic de Catalunya. Barcelona, 1989.
- CARRERAS, C. i SAUER, C.: "El sector terciario", a Carreras, C. (dir.): *Geografía Universal Gallach*, volum I: *El Mundo*. 364 pàgs. (pàgs. 276-331). Ed. Océano-Éxito. Barcelona, 1988.
- CARRERAS CANDI, F.: *La ciutat de Barcelona*. 1138 pàgs. Ed. A. Martín. Barcelona, sense data.
- CHRISTALLER, W.: *Die Zentralen Orte in Süddeutschland*. Ed. G. Fischer. Jena, 1933.
- CHRISTALLER, W.: "How I Discovered the Theory of Central Places: A Report About the Origins of Central Places", a English, P.W. i Mayfield, R.C.: *Man, Space, and Environment*, pàgs. 601-610. Universitat d'Oxford. New York i London, 1972.
- Commission des Communautés Européennes: *Changements dans les équipes*

- ments du commerce de détail en Europe. Collection Études, série Commerce et Distribution, núm. 8. Office des Publications Officielles des Communautés Européennes. Luxembourg, 1982.
- CONZEN, M.R.G.: "Alnwick: A Study in Town Plan Analysis", a *Transactions of the Institute of British Geographers*, núm. 27, 1960.
- DAVIES, R.L.: *Marketing Geography with Special Reference to Retailing*. Retailing and Planning Associates. Corbridge, 1976. Tercera reimpressió: Methuen. 300 pàgs. London, 1985.
- DAVIES, R.L.: *Retail and Commercial Planning*. 175 pàgs. Ed. Croom Helm. Oxford, 1984.
- DAWSON, J.A.: "The Suburbanization of Retail Activity", a Johnson, J.H.: *Suburban Growth-Geographical Processes at the Edge of the Western Cities*. John Wiley. London, 1974.
- DAWSON, J.A.: *Retail Geography*. 150 pàgs. Ed. Croom Helm. Oxford, 1980.
- DAWSON, J.A.: *Commercial Distribution in Europe*. 195 pàgs. Ed. Croom Helm. Oxford, 1982.
- DAWSON, J.A.: *Shopping Centre Development*. 124 pàgs. Longman. London, 1983.
- DAWSON, J.A.: "Futures for the High Street", a *The Geographical Journal*, volum 154, núm. 1, pàgs. 1-12. London, març 1988.
- Departament de Comerç, Consum i Turisme: *Estructura comercial del Vallès Occidental*, volum I: *Sabadell. Localització, equipament comercial i hàbits del consumidor*. Departament de Comerç, Consum i Turisme. Barcelona, 1984.
- DOMINGO, J.: "El comerç a San Marino. Una primera aproximació", a *Revista Catalana de Geografia*, núm. 10, pàgs. 38-52. Institut Cartogràfic de Catalunya. Barcelona, 1989.
- EVERSON, J.A. i FITZGERALD, B.P.: *Inside the City*. 190 pàgs. Longman. London, 1972.
- GARCIA, A. i GUÀRDIA, M.: *Espai i societat a la Barcelona pre-industrial*. 190 pàgs. Ed. La Magrana-Institut Municipal d'Història. Barcelona, 1986.
- Generalitat de Catalunya: "Llei 3/1987, de 9 de març, d'equipaments comercials". *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya*, núm. 819, pàgs. 1 083-1 085. Barcelona, 23 de març del 1987.
- Generalitat Valenciana: *Censo de establecimientos comerciales*. Tres volums. Conselleria d'Indústria, Comerç i Consum. València.
- GOTTMANN, J.: *Megalopolis. The Urbanized Northeastern Seaboard of the United States*. Dos volums. Universitat de Cambridge. Cambridge, 1961.
- Grupo Consultor Talde: *El atlas comercial de la Comunidad Autónoma del País Vasco*. Cinc volums. Eusko Merka, SA. Publicació resumida, 134 pàgs. 1985.
- HILTON, R. (ed.): *The Transition from Feudalism to Capitalism*. NLB. London, 1976. Traducció castellana completa: 280 pàgs. Ed. Crítica. Barcelona, 1977.
- Instituto de Reforma de las Estructuras Comerciales: *Características estructurales del comercio minorista y mayorista en España*. Colección "Estudios IRESO". Ministerio de Economía y Hacienda. Madrid, 1983.
- JACOBS, J.: *The Economy of Cities*. Ed. Random House. New York, 1959. Traducció castellana: 288 pàgs. Ed. Península. Barcelona, 1971.
- JACOBS, J.: *The Death and Life of Great American Cities*. Ed. Random House. New York, 1961. Traducció castellana: 470 pàgs. Ed. Península. Barcelona, 1967.
- JACOBS, J.: *Cities and the Wealth of Nations*. Ed. Random House. New York, 1984. Traducció castellana: 268 pàgs. Ed. Ariel. Barcelona, 1986.
- LARKHAM, P.J.: "The Style of Superstores: The Response of J. Salysbury PLC to a Planning Problem", a *International Journal of Retailing*, volum 3, núm. 1, pàgs. 44-59. 1988. Traducció catalana: *Revista Catalana de Geografia*, núm. 10, pàgs. 17-27. Institut Cartogràfic de Catalunya. Barcelona, 1989.
- LAZARO, N.: "La legislació comercial a Catalunya", a *Revista Catalana de Geografia*, núm. 10, pàgs. 29-37. Institut Cartogràfic de Catalunya. Barcelona, 1989.
- LIPOVETSKY, G.: *L'empire de l'éphémère*. 382 pàgs. Ed. Gallimard. Paris, 1987.
- LLUCH, E. i NEL-LO, O.: *La gènesi de la divisió territorial de Catalunya (1931-1936)*. Edició de documents de l'arxiu de la Ponència. Diputació de Barcelona-Altafulla. Barcelona, 1983.
- LLUCH, E. i NEL-LO, O.: *El debat de la divisió territorial de Catalunya*. Edició d'estudis, propostes i documents (1939-1982). Diputació de Barcelona-Altafulla. Barcelona, 1984.
- LLUCH, E. i NEL-LO, O.: "Codicil sobre el debat de la divisió territorial de Catalunya (1984-1985)", a *Arrel*, núm. 11. Barcelona, 1985.
- LLUCH, E. i NEL-LO, O.: "Bibliografia sobre l'organització territorial de l'administració pública a Catalunya (1984-1986)", a *Quaderns d'Alliberament*, núm. 12. Barcelona, 1986.
- MARX, K.: *Zur kritik der politischen Ökonomie*. 1859. Traducció castellana: *Introducción a la economía política*. Editora Nacional. México, 1966.
- MERRINGTON, J.: "City and Country in the Transition to Capitalism", a *New Left Review*, núm. 93. Setembre-octubre del 1975. Traducció castellana: Hilton, R.: *Op. cit.*, pàgs. 238-276.
- METTON, A.: *Le commerce et la ville en banlieue parisienne. Petits commerces, marchés, grandes surfaces et centres commerciaux*. 568 pàgs. Universitat d'Orleans. Courbevoie, 1980.
- METTON, A.: *Le commerce urbain français*. 280 pàgs. PUF. Paris, 1984.
- MORESCO, F.: *Equipament comercial de la ciutat de Girona*. Cambra de Comerç i Indústria. Girona, 1981.
- MUMFORD, L.: *The City in History*. New York, 1961. Traducció castellana: Dos volums. Ed. Infinito. Buenos Aires, 1966.
- MURPHY, R.E.: "Central Business District Research", a AA.DD.: *Proceedings of the IGU Symposium in Urban Geography*, pàgs. 473-483. Lund, 1960.
- NADAL, J.M.: *Mi calle de Fernando*. 99 pàgs. Ed. Millà. Barcelona, 1943.
- PAGES, S. i BRANAS, J.M.: "El comerç interior", a AA.DD.: *L'economia de Catalunya d'avui i de demà*, pàgs. 221-265. Ed. Banco de Bilbao. Barcelona, 1983.
- PINTAUDI, S.M.: "O lugar do supermercado na cidade capitalista", a *Geografia*, núm. 9 (17-18). São Paulo, octubre del 1984.
- PIRENNE, H.: *Les villes et les institutions urbaines*, volum I, pàgs. 304-431. Ed. Alcan. Paris, 1939. Traducció castellana: *Las ciudades de la Edad Media*. 167 pàgs. Alianza Editorial. Madrid, 1972.
- REILLY, T.: *The Law of retail Gravitation*. Ed. Knickerboker Press. New York, 1931.
- SÁNCHEZ, J.E.: "Espacio y nuevas tecnologías", a *Geocítica*, núm. 78, 68 pàgs. Universitat de Barcelona. Barcelona, novembre del 1988.
- SAYOUS, A.E.: *Les méthodes commerciales de la Catalogne médiévale*. Estudis Universitaris Catalans i Revue Historique du Droit Français et Étranger. 1931-1935. Traducció catalana: Ed. Base. Barcelona, 1975.
- SCOTT, P.: *Geography and Retailing*. Hutchinson and Co. Ltd. London, 1970.
- SMITH, N. i WILLIAMS, P.: *Gentrification of the City*. 258 pàgs. Ed. Allen and Unwin. London, 1986.
- TERÁN, M. DE: "Dos calles madrileñas: las de Alcalá y Toledo", a *Estudios Geográficos*, volum 22. CSIC. Madrid, 1961.
- TRICART, J.: "Contribution à l'étude des structures urbaines", a *Revue de Géographie de Lyon*, 1950.
- Unitat Operativa d'Estadística, Informació i Publicacions: *Proposta de nova divisió en seccions censals de la ciutat*. Dos volums. Ajuntament de Barcelona. Barcelona, desembre del 1985.
- VILÀ, J.: *Introducción al estudio teórico de la geografía*. 380 pàgs. Ed. Ariel. Barcelona, 1983.
- VILAR, P.: "Le Port de Barcelone", a *Revue Géographique des Pyrénées et du Sud-Ouest*. Toulouse, 1929.
- VILAR, P.: *Catalunya dins l'Espanya moderna*, volum I. Edicions 62. Barcelona, 1964.
- VILLANUEVA, M.: "Estudi de l'adequació d'un model gravitatori probabilístic del comerç al detall de quatre mercats municipals de Barcelona", a *Documents d'Anàlisi Territorial*, núm. 1, 87 pàgs. Barcelona, juliol del 1975.

Empezar sobre una base sólida



Cuando se están estableciendo las bases para la construcción de un edificio o autopista o de un sistema completo de información geográfica, se necesita una tecnología avanzada en topografía y cartografía. Existe un sistema suficientemente flexible que contiene una amplia gama de aplicaciones; una solución que resuelve todas las necesidades de captura de datos: INTERGRAPH.

Una base sólida para su proyecto

Para mejorar la eficacia en los proyectos o levantamientos para ingeniería, se requiere:

- ☐ Conexión con libretas electrónicas.
- ☐ Diseño parametrizado.
- ☐ Proyecto, simulación y cálculo de redes geodésicas.
- ☐ Modelos digitales del terreno.
- ☐ Aplicaciones para la implantación y diseño en ingeniería.
- ☐ Aplicaciones para cálculo y análisis de movimiento de tierras.

INTERGRAPH ofrece estas herramientas como parte de un sistema total e integrado, para la captura, gestión, análisis y presentación de información geográfica. Con INTERGRAPH, todos los ficheros relacionados con un proyecto forman parte de una base de datos única. La información compartida ayuda a los distintos departamentos a comunicarse adecuadamente, evitando la duplicación de datos, mejorando la productividad.

Un compromiso sólido de formación y asistencia

Para INTERGRAPH, la formación y asistencia al usuario son temas prioritarios. A partir del conocimiento de las tareas cotidianas en topografía e ingeniería, se consigue mejorar la productividad y la eficacia, introduciendo adecuadamente los gráficos interactivos. Este compromiso con el usuario ha convertido a INTERGRAPH en el líder mundial en cartografía asistida por ordenador.

Empezar con INTERGRAPH supone establecer una base sólida, para cualquier proyecto en topografía, ingeniería o cartografía.

Un sistema único. Todas las soluciones.

Para más información, dirigirse a:
INTERGRAPH ESPAÑA, S.A.
C/. Gobelás, 47-49 LA FLORIDA
28023 MADRID Tel.: 91 - 372 80 17
EDIFICIO UNIBER c/. Aribau, 197-199
08021 BARCELONA Tel.: 93 - 200 52 99
c/. Las Mercedes, 8 48930 LAS ARENAS
GETXO (VIZCAYA) Tel.: 94 - 463 40 66

INTERGRAPH