

Philippe Dugot (2019). COMMERCE ET URBANISME COMMERCIAL DANS LA FABRIQUE DE LA VILLE DURABLE. Toulouse: Presses Universitaires du Midi.; 408 p. [ISBN: 978-2810705733]

El estado de alarma impulsado por la COVID-19 ha puesto en valor a las actividades comerciales urbanas, consideradas tradicionalmente poco importantes y banales. Se ha demostrado que son actividades económicas imprescindibles para garantizar la reproducción de la vida cotidiana. Se ha comprobado como detrás del “simple” consumo en un punto de venta, existe una eficaz y sofisticada red de distribución comercial que ha funcionado a pesar de las restricciones de la movilidad. Por último, los consumidores y las empresas han valorado la estructura comercial densa, típica de las ciudades mediterráneas, un urbanismo que evita los desplazamientos a los centros comerciales periféricos.

El libro de Philipp Dugot trata todos estos temas antes de que la crisis de la COVID-19 los situara en la palestra mediática y política. El libro es de obligada lectura y es fruto de más de 20 años de investigación en permanente contacto con la *Commission Géographie du Commerc del Comité National Français de Géographe*. La comisión especializada en esta temática, es la más antigua e importante de Europa; a punto de celebrar los 50 años, se fundó por iniciativa de la prolífica Jacqueline Beaujeu-Garnier (1917-1995) de la Universidad de Sorbonne en 1973, casi coetáneamente a la fundación de marcas de distribución global como: Carrefour (1959), Auchan (1961), Dechathlon (1976) o Leroy Merlin (1960).

Las reflexiones teóricas que permiten comprender el comercio urbano desde una perspectiva poliédrica son abundantes. Dos ideas principales guían el libro: la primera, es la concepción del comercio urbano a pie de calle, como un agente imprescindible en la dinamización de la vida urbana; la segunda idea, es la incapacidad del urbanismo comercial de hacer frente a la dispersión urbana que los centros comerciales periféricos impulsan amenazando a la vida urbana de la ciudad tradicional.

Los principales ejemplos utilizados para ilustrar la argumentación del libro son sobre todo franceses, pero también internacionales. Para el estudio del urbanismo comercial, destaca Toulouse y otras ciudades medias francesas. Para el análisis de las políticas comerciales a nivel internacional, se utilizan los casos de Alemania y España, así como países de la *francofonía*, como Marruecos y Senegal. Se hace referencia directa a ciudades extranjeras con las que el autor mantiene relaciones a nivel académico. Destacan Barcelona y Zaragoza; esta última, aparece en la portada del libro como ejemplo de desertización comercial, y en el interior, cuando se trata la crisis de los centros comerciales utilizando el ejemplo del Shopping Center Plaza (p. 241). El autor cuando

trata el lujo incorpora ejemplos de São Paulo: Shopping Cidade Jardim y la calle Oscar Freire (pp. 70 y 170).

El libro se organiza en cuatro bloques: el comercio, el urbanismo comercial, la producción urbana y la ciudad sostenible. En el comercio como objeto de estudio (capítulo 1), el autor plantea la necesidad de un abordaje poliédrico que permita complementar el dominante análisis económico realizado desde el punto de vista de la oferta empresarial.

Con la acelerada revolución del consumo y las nuevas formas de distribución desarrolladas desde la segunda mitad del siglo XX se replantean las relaciones entre la ciudad y el comercio que habían marcado la ciudad comercial tradicional (Capítulo 2). Se interpreta la ciudad comercial tradicional tal y como lo hace Jane Jacobs (1916-2006) en *The economy of cities* (1969): aquella nacida del comercio y que dio lugar a los primeros asentamientos urbanos de la Humanidad durante la transición del Paleolítico al Neolítico. Una lectura sobre el papel preponderante del comercio en el origen de las ciudades, que se contrapone con la tesis del estadounidense historiador del urbanismo Lewis Mumford (1895-1990) en su libro *The city in History* (1961), donde se presenta a las ciudades primigenias como una unión de pueblos pequeños, pero también antagonica a la hipótesis del excedente de Vere Gordon Childe (1892-1957).

En este mismo capítulo se trata uno de los aspectos que podría merecer más atención por parte del autor. Es el papel de los consumidores en las transformaciones de las estructuras comerciales. Sorprende que se siga tratando al consumidor de una forma eminentemente pasiva, a pesar de que en Francia nacieron los estudios sobre consumo, con obras vanguardistas como la *Géographie de la consommation* (1963) del geógrafo Pierre George (1909-2006) o *La Société de consommation* (1970) del sociólogo Jean Baudrillard (1929-2007).

El creciente peso del mercado del suelo ha impulsado nuevas lógicas de localización comercial y nuevos paisajes, cuestionando la idea de *ciudad comercial tradicional*, densa y heterogénea. Los espacios bien conectados a las grandes autovías urbanas alejadas del núcleo de las aglomeraciones han sido ocupados por multitud de centros y parques comerciales que han generado nuevos patrones de movilidad, fomentando unos espacios urbanos cada vez más dispersos y fragmentados (Capítulo 3).

Tal como expresa el autor, a pesar de que ya han pasado casi 60 años desde la primera ley de urbanismo comercial en Francia, su concepción ha evolucionado poco. Según Dugot; el urbanismo comercial francés únicamente tiene de urbanismo el nombre” (p. 342). Eminentemente ha actuado en tres niveles: evitando monopolios; aplicando la normativa urbanística por lo que respecta a los usos del suelo permitidos; y limitando los metros cuadrados de superficie de venta. De esta manera, la acción del urbanismo comercial, en primer lugar, no ha evitado la degradación de la vida urbana de la ciu-

dad densa, ya que se han producido innumerables cierres de tiendas. En segundo lugar, su actuación no ha evitado la degradación de la ciudad a escala metropolitana y regional dejando vía libre a la construcción de centros y parques comerciales (capítulo 4).

El autor propone el abandono del término urbanismo comercial para pasar a hablar simplemente de urbanismo. Un urbanismo que trate al comercio como un elemento estructurante de la ciudad y que busque una ciudad polifuncional y densa, aspecto fundamental para mantener la vida urbana a pie de calle (Conclusiones).

Lluís Frago Clols
Universitat de Barcelona

