

**ADVERTIMENT.** La consulta d'aquesta tesi queda condicionada a l'acceptació de les següents condicions d'ús: La difusió d'aquesta tesi per mitjà del servei TDX ([www.tesisenxarxa.net](http://www.tesisenxarxa.net)) ha estat autoritzada pels titulars dels drets de propietat intel·lectual únicament per a usos privats emmarcats en activitats d'investigació i docència. No s'autoritza la seva reproducció amb finalitats de lucre ni la seva difusió i posada a disposició des d'un lloc aliè al servei TDX. No s'autoritza la presentació del seu contingut en una finestra o marc aliè a TDX (framing). Aquesta reserva de drets afecta tant al resum de presentació de la tesi com als seus continguts. En la utilització o cita de parts de la tesi és obligat indicar el nom de la persona autora.

**ADVERTENCIA.** La consulta de esta tesis queda condicionada a la aceptación de las siguientes condiciones de uso: La difusión de esta tesis por medio del servicio TDR ([www.tesisenred.net](http://www.tesisenred.net)) ha sido autorizada por los titulares de los derechos de propiedad intelectual únicamente para usos privados enmarcados en actividades de investigación y docencia. No se autoriza su reproducción con finalidades de lucro ni su difusión y puesta a disposición desde un sitio ajeno al servicio TDR. No se autoriza la presentación de su contenido en una ventana o marco ajeno a TDR (framing). Esta reserva de derechos afecta tanto al resumen de presentación de la tesis como a sus contenidos. En la utilización o cita de partes de la tesis es obligado indicar el nombre de la persona autora.

**WARNING.** On having consulted this thesis you're accepting the following use conditions: Spreading this thesis by the TDX ([www.tesisenxarxa.net](http://www.tesisenxarxa.net)) service has been authorized by the titular of the intellectual property rights only for private uses placed in investigation and teaching activities. Reproduction with lucrative aims is not authorized neither its spreading and availability from a site foreign to the TDX service. Introducing its content in a window or frame foreign to the TDX service is not authorized (framing). This rights affect to the presentation summary of the thesis as well as to its contents. In the using or citation of parts of the thesis it's obliged to indicate the name of the author

**COMERÇ, CIUTAT. PAISATGES ARRAN DE TERRA**

**TESI DOCTORAL**

**Departament d'Urbanisme i Ordenació del Territori /**  
Universitat Politècnica de Catalunya

**Eulàlia Gómez Escoda /**  
Enric Serra Riera, director

### 3. UN PAISATGE URBÀ

Expressions com *Paisatge urbà, ciutat com a paisatge -city as a landscape* (Lenzholzer, 2008)- associen a la ciutat els processos de canvi i adaptació constants que caracteritzen els escenaris naturals, on les transformacions en els elements vegetals, sobretot, marquen i fan visibles el pas del temps i de les estacions. Són canvis i metamorfosis que també existeixen, encara que són aparentment més lents i sovint més imperceptibles, en els elements construïts. És a aquesta condició urbana a què es refereix la tesi, i és la seva presència universal en qualsevol forma de comerç el què tracta d'explicar.

Cullen (1961) parlava de *typicality* i l'associava als objectes que són alguna cosa per ells mateixos, que poden arribar a significar-se entre els que els envolten a través de procediments *ordinaris*, com “un focus que els il·lumina, un dit que els assenyalava”. I és aquest acte de treure'ls de l'anonimat, més que no pas les característiques del propi objecte, el que desperta les emocions de l'espectador. Reflexionar sobre els moviments provocats pel comerç al pla del terra de la ciutat vol dir aprendre dels processos que afecten l'ordinari urbà,<sup>1</sup> consisteix a posar en valor els objectes que no acostumen a ser

**1** APRENDRE: Scott-Brown, Venturi i Izenour (1972) van aprendre amb el seu grup d'estudiants que el simbolisme i les relacions entre cartells al llarg del Strip de Las Vegas generaven un paisatge característic propi, al marge de que el seu format i contingut estiguessin sotmesos a canvis constants, ho van recollir al text *Learning from Las Vegas*.

de l'ORDINARI URBÀ: A *The structure of the ordinary. Form and control in the built environment*, N.J. Habraken (1998), es fixava en la complexitat dels entorns construïts, que creixen, es renoven, i persisteixen, i de com es fa de difícil, en ser creats per individus diferents, percebre'ls com a una sola entitat. Hans Ibelings (2004) convertia el fet ordinari en infraordinari recuperant un argument pòstum de Perec (1989):

“Georges Perec va encunyar el terme “infraordinari”: “Els diaris parlen de tot, menys del que passa cada dia... ¿Com podem explicar-nos, qüestionar, descriure el que passa cada dia i es repeteix cada dia: el que és banal, quotidià, obvi, comú, ordinari, infraordinari, soroll de fons, habitual?” (Georges Perec, *L'infra-ordinaire*).

àmbit de projecte de l'arquitectura, perquè en queden exclosos, però tot i així la redefeixen: rètols, ascensors, benzineres, aparcaments, descampats, objectes conseqüència de la ciutat moderna (Walker, 2010). És l'esforç per convertir, a partir d'un procés d'observació i comprensió, allò que aparentment és banal en alguna cosa important per a l'individu; l'admiració per l'*as-found* (Smithson i Smithson, 1960) és el resultat subjectiu de les connexions establertes per cadascú a partir de l'observació intencionada de l'entorn quotidià.

La classificació tipològica del capítol anterior es fixava en closques, en edificis sencers, en estructures permanents. Al damunt se'ls afegeixen sempre components més lleugers; al seu interior es divideixen amb materials més fins. Alison i Peter Smithson (1960) van fer una defensa de la no necessitat d'un control estricte ni d'una normativa sobre els elements que constitueixen l'horitzó urbà i que són de caràcter transitori: els *transients*, com van anomenar-los, són les coses petites que se superposen a les construccions i esculpeixen la ciutat de pedra, són arrugues lleugeres que deformen la llisor del pla de façana. No amenacen el sentit de l'estructura urbana sinó que n'expressen noves necessitats i estats d'ànim, van i vénen, són de cicle curt; per això, sostenien els Smithson, l'esforç de regulació, les normes, no s'han de centrar en ells sinó en les estructures fixes que els serveixen de suport. Establiren a més dues subcategories per a aquests elements temporals: la dels *transients* arquitectònics, petits edificis -botigues, puntualitzaven- en contraposició als històrics, als representatius, als edificis intocables de la ciutat, aquells que no es mouran mai; i la dels *transients* no arquitectònics, la dels "cartells que canvien cada mes, els rètols lluminosos que canvien cada sis mesos, i els aparadors i botigues de roba, que arriben i desapareixen amb gran rapidesa".

Aquest capítol de la tesi s'aproxima d'aquesta manera al comerç urbà: com una cosa transitòria allotjada dins o sobre d'estructures fixes -gairebé sempre-, o ben a prop seu, generant satèl·lits mòbils. *Fix i transient*, ordre i desordre aparents, que s'entrellacen i es donen continuïtat l'un a l'altre, perquè l'activitat s'estén més enllà del seu suport físic i ocupa el carrer i les voreres, o perquè desapareix aquest suport -i desapareixen les normes- i l'activitat comercial sembla manada per l'atzar. Un *transient* que tot i que sobresurt de l'espai privat, configura l'espai públic. Dos sistemes que es necessiten l'un a l'altre, en una convivència i una promiscuïtat que Chermayeff (1961) defensava com a inherent a l'essència humana; la necessitat de creure en la necessitat de l'atzar i la diferència, en la varietat com a essència de la vida, en la necessitat barrejada de poder experimentar al mateix temps la comunitat i la privacitat.

Els rastres d'aquests processos *transitoris* són evidents als àmbits en torn a les estructures fixes i tancades dels mercats, que van començar amb taulells al carrer, van fer un primer pas per fixar la posició de les seves parades amb marques de guix a terra, es van cobrir amb tendals, després amb porxos i finalment amb estructures de ferro i vidre, i on l'activitat desborda els límits dels seus contenidors i s'estén sobre el tros de ciutat propera. També són patents als carrers comercials, on l'estructura del parcel·lari es manté precisament gràcies al comerç (Boudon, 1975), però on els aparadors es pleguen endins multiplicant la superfície de façana expositora i augmentant l'espai de llindar, o surten enfora per fer-se visibles als vianants. Hi ha també transitorietat als grans magatzems, quan comencen ocupant edificis d'habitatges i van creixent sumant parcel·les veïnes a base de foradar mitgeres i connectar-se des dels interiors conquerits. Són perceptibles els rastres d'accions sobreposades també a les redefinicions de teixits: a la construcció dels primers passatges, perquè van ser els primers espais públics d'ús privat construïts a la ciutat (Banerjee, 2001), que van anar foradant mansanes i obrint nous recorreguts que el planejament no tenia previstos i que la ciutat no havia imaginat encara.

La transitorietat que el comerç infligeix als edificis es manifesta en forma de *rugositat* a la ciutat; en textures a l'escala de l'arquitectura, dels objectes, més que no pas a l'escala urbana. Si la primera part de la recerca construïa un escenari sensible a partir de fragments de textos i de suma d'imatges, aquest capítol dibuixa l'escenari urbà d'una part ben trepitjada i visible de Barcelona a partir de les arrugues que el comerç dibuixa i retalla al pla del terra de la ciutat.

De manera deductiva i a partir de salts discontinus i desendreçats en el temps, la tesi demostra la presència de transformacions i transitorietats d'escala diferents i associades sempre amb diferents tipologies comercials, que estableixen la definició d'un *paisatge urbà*. El paisatge que s'explica és a Barcelona, però qualsevol que fos l'escenari observat, sempre hi hauria exemples que poden ser explicats des de la tesi del canvi constant. No dibuixen un recorregut sinó que expliquen les arrugues que qualifiquen les voreres i que diferencien uns carrers dels altres; entendre el valor d'aquests canvis petits i perseverants és imprescindible per arribar a desxifrar i comprendre el paper que el comerç desenvolupa en la configuració de l'escena urbana.

Lynch i Carr (1968), quatre anys abans que es publicués el *Learning from Las Vegas*, explicaven com el millor aprenentatge és aquell que es fa per sorpresa, de manera casual, i com el millor escenari per desencadenar el procés és la ciutat. Quan s'hi passeja perquè no es

té res més a fer, mentre s'espera algú, mentre es camina, mentre es visita com a turista, i de cop, una escena determinada, un paisatge de carrer, de manera imprevisible, colpeix a l'individu i desencadena una emoció que és la suma d'impulsos inesperats que es transforma en lliçó. El paisatge que es descriu a continuació és fruit d'una suma de recorreguts errants, a partir de la qual es dibuixa un escenari que serveix per validar la primera de les hipòtesis enunciades de la tesi: la transitorietat és el valor principal del comerç, però tot i el canvi incessant, és tanta la intensitat amb què l'activitat es manifesta, que s'imposa sobre qualsevol de les altres condicions –usos- de la ciutat, convertint-se en **principal protagonista en la configuració de l'escenari urbà**.

Són escenes a la ciutat històrica entesa en els termes de Giner (2005), a la qual atribueix "la força contemporània d'estructures històriques que no han estat heretades com a relíquies ni vestigis, sinó com a poderoses forces que posseeixen el seu propi impuls. No només la seva inèrcia. Aquella en la qual la història és, o pot ser, motor de mudança o progrés". Una història a la que se sobreimposa un moviment, el del comerç i, associats la força de l'una amb la vibració de l'altre, construeixen l'imaginari urbà dels passejants.

El paisatge de carrer que es descriu té el valor de poder explicar, des de la seva particularitat, fenòmens de construcció de la ciutat on el comerç i els intercanvis han estat el motor del canvi, que són comparables amb molts altres casos de ciutats mediterrànies i assimilables també a molts d'altres en ciutats occidentals. Són exemples on els interessos particulars milloren l'escenari construït, casos en els quals la presència del comerç millora i fa bona la ciutat, on es compleix que "la bona ciutat és la que aconsegueix donar valor públic a allò que és privat, aquella que depèn de la qualitat dels elements individuals per generar una col·lectivitat rica" (De Solà-Morales, 2008).

La descripció es recolza en l'anàlisi de la **rugositat dels carrers**, desfent la identificació de comerç amb tipus edificatori establerta al capítol anterior. Parla de les **botigues a les voreres**, de la identificació dels venedors amb el producte que ofereixen, d'un comerç que es percep com a transitori en si mateix. La venda de productes frescos implica moviment constant de compradors i també de serveis accessoris per la temporalitat del què s'ofereix. S'explica des dels entorns d'uns mercats que mostren els efectes de la polarització i de la concentració de l'activitat: unes

peces que ensenyen que la intermitència i el desordre aparent dels mercats medievals que van endreçar els mercats il·lustrats, estan arrelats a l'essència de la tipologia, i que per molts esforços que es facin per amagar-los, la seva empremta persisteix.

També en la **rugositat del parcel·lari**, quan parla d'**edificis de botigues**, on la transitorietat rau en el seu procés de formació. Una tipologia comercial amagada darrere una façana domèstica, que li serveix de màscara mentre creix i es transforma per dins, fent que mentre al carrer l'ordre es manté, l'interior no pari de renovar la seva forma, i l'activitat no cessi mentre ho fa. Els magatzems de novetats responen a aquest procés precisament perquè serveixen a un comerç que inventa constantment noves necessitats, que cada vegada requereix més espai físic per mostrar els seus productes i que es veu obligat a créixer dins de l'entorn urbà que anhela i que persegueix, sempre consolidat i compacte. Alguns dels edificis comercials també poden explicar-se des de l'argument del canvi constant.

O en la **rugositat de la planta baixa**, quan es fixa en **carrers de botigues**, on s'afegeixen elements lleugers tant a l'arquitectura com al carrer. A través d'un carrer recte dins una malla ortogonal, es veu com, tot i l'aparent alineació de les façanes i tot i la permanència en la mida del parcel·lari, les botigues que ocupen les plantes baixes modifiquen constantment l'aspecte i les arrugues del carrer, i és aquesta variació del moviment la que garanteix la caracterització d'un escenari conjunt. També hi ha vibració en la continuació del mateix carrer en una trama medieval, on la presència inamovible dels edificis no altera la força de les interaccions que les botigues fan arran de terra. Les intervencions d'addició, sostracció i modificació són intercanviables d'un local a l'altre: aquest escenari ensenya el canvi per comparació amb els veïns més que per comparació del palimpsest de projectes succeïts en el temps en cadascuna de les parcel·les.

Fixar-se en el comerç a la ciutat implica obrir un ventall d'infinites mirades sobre una quantitat de casos i d'exemples inacabable. La *cartografia diacrònica* que acompanyava la descripció de les formes de comerç urbà del capítol anterior anticipava "l'escenari Barcelona"; aquest capítol s'aborda des del creuament d'aquella cartografia amb l'aproximació a un mateix paisatge des de diferents estratègies desplegades en la modificació de l'escenari la ciutat -des de graus de



**IMG 3.1: Espais públics, col·lectius i privats. La ciutat representada amb fons/figura.** Nolli (Roma) /Sitte (Vienna) /Rowe (Parma) /Alexander (*A pattern language*).

rugositat diversos-, a partir de l'argument de la transformació continua, per obrir la perspectiva cap a una metodologia d'observació i descripció capaç de transmetre el moviment inherent als processos comercials urbans.

Es tracta de descriure el paisatge i representar-lo: amb paraules, amb dibuixos, amb imatges. El dibuix de Nolli per Roma (1748) superava als efectes d'aquesta tesi els fons-figura que Sitte (1889), Rowe (1978) o Alexander (1977) farien temps després, perquè sumava als buits dels carrers i places les plantes baixes dels edificis públics (Anderson, 1978). Tot i això, el plànol de Nolli, no és més que una representació parcial de l'ossamenta de la ciutat, de part del seu espai col·lectiu fix, que oblidava l'aproximació a aquells racons de socialització associats al comerç i als intercanvis.

La relació entre les persones i la ciutat queda determinada per un procés en el qual la ciutat mai no es mostra de manera immediata; per molt patent i manifest que pugui semblar a primer cop d'ull, el descobriment de l'escenari urbà es fa poc a poc, de manera subtil (Sansot, 1973). Aquest anar descobrint la ciutat passa per caminar-la, en una evolució que fa que l'individu destil·li els *fixs* dels *transients* i que al mateix temps, empaqueti tots els transients i els converteix en una imatge única de la ciutat, en un paisatge que es va sedimentant en l'imaginari personal i que s'interpreta de manera subjectiva. Lynch (1960) parlava de *mapes mentals individuals*, pels quals cadascú es mou, més enllà de la ciutat física. I explicava la dificultat de socialitzar amb els demés mentre es trepitja la ciutat, perquè l'escenari per on es camina realment cada individu és en realitat aquell mapa mental propi i personal. Els llocs del comerç, els *tercers llocs*, els de la socialització, queden, per tant, sotmesos alhora a la subjectivitat de la interpretació que cada individu en fa: és la superposició infinita dels mapes mentals de cadascun dels individus la que construeix un paisatge urbà comú i global.



**IMG 3.2: Photo oportunities**, Corinne Vionnet, 2011. A partir de la superposició de fotografies fetes per turistes des d'un punt de vista similar, on el que és manté fix i comú a totes elles és el monument. A Las Vegas, un cartell: un *transient* que fa de fix i un fix -la ciutat del darrere- que s'esvaeix quan es fixa l'atenció sobre l'element lleuger.

Font: <http://www.corinnevionnet.com/>

““public images”: the common mental pictures carried by large numbers of a city's inhabitants, areas of agreement. (...) There seems to be a public image of any given city which is the overlap of many individual images. Or perhaps there is a series of public images, each held by some significant number of citizens. Such group of images are necessary if an individual is to operate successfully within his environment and to cooperate with his fellows.” (Lynch, 1960)

Els *altres paisatges* que s'expliquen a continuació són —o han estat, perquè també parlen de llocs desapareguts- racons aparentment banals a Barcelona, per semblants a tants d'altres, que de tant trepitjats per un mateix —o per la suma de tantes passejades d'altres- destil·len la *tipicalitat* de la qual parlava Cullen. Són escenes ordinàries mirades des de l'òptica de l'escala de les coses petites, apropant molt el plànol a la vista, repassant amb els ulls i palpant amb les mans els llocs on la línia que separa cases de ciutat es destensa i deixa de ser tibant. Les pàgines que componen aquest capítol són un tros d'una cartografia subjectiva de Barcelona, feta a base de sumar mirades i fotografiar fragments, construeixen dibuixos i arguments que expliquen un ventall llarg de *fixs* i *transients* associats al comerç urbà de la ciutat.

“En Maurilia se invita al viajero a visitar la ciudad y al mismo tiempo a observar viejas tarjetas postales que la representan como era: la misma plaza idéntica con una gallina en el lugar de la estación de ómnibus, el quiosco de música en el lugar del puente, dos señoritas con sombrilla blanca en el lugar de la fabrica de explosivos. Ocorre que para no decepcionar a los habitantes, el viajero elogia la ciudad de las postales y la prefiere a la presente, aunque cuidándose de contener dentro de las reglas precisas su pesadumbre ante los cambios: reconociendo que la magnificencia y prosperidad de Maurilia convertida en metrópoli, comparada con la vieja Maurilia provinciana, no compensan cierta gracia perdida, que, sin embargo, se puede disfrutar solo ahora en las viejas postales, mientras antes, con la Maurilia provinciana delante de los ojos, no se veía realmente nada gracioso, y mucho menos se vería hoy si Maurilia hubiese permanecido igual, y que de todos modos la metrópoli tiene este atractivo más: que a través de lo que ha llegado a ser se puede evocar con nostalgia lo que era.

Hay que cuidarse de decirles que a veces ciudades diferentes se suceden sobre el mismo suelo y bajo el mismo nombre, nacen y mueren sin haberse conocido, incomunicables entre sí. En ocasiones hasta los nombres de los habitantes permanecen iguales, y el acento de las voces, e incluso las facciones; pero los dioses que habitan bajo esos nombres y en esos lugares se han ido sin decir nada y en su sitio han anidado dioses extranjeros. Es inútil preguntarse si estos son mejores o peores que los antiguos, dado que no existe entre ellos ninguna relación, así como las viejas postales no representan a Maurilia como era, sino a otra ciudad que por casualidad se llamaba Maurilia como ésta.” (“Las ciudades y la memoria”, a *Las ciudades invisibles*, Calvino, 1972)

### **Primer escenari. VORERES I COMERÇ**

Les voreres van començar per ser no un lloc de pas sinó una destinació per als ciutadans. Les primeres van ser d'asfalt –material associat avui a la contemporaneïtat i lligat a l'imaginari de l'automòbil, però va aparèixer a les ciutats abans que hi circulessin els primers cotxes (Zardini, 2003)- mentre que les calçades eren de terra i pols, brutes i poc segures per als vianants. Entre finals del segle XIX i principis del XX, passejar va ser possible gràcies a aquestes noves superfícies a les ciutats que es transformaven: hi havia molt a observar, i la diversitat de coses que passaven als carrers mostrava als *flâneurs* com es desenvolupava la ciutat que els envoltava, els permetia reinventar les normes de socialització establertes i els feia desenvolupar i articular noves relacions i identitats.

Sobre un objecte que és físic, entre calçada i façanes -amb una materialitat que en determina la comoditat, amb unes dimensions que en caracteritzen el seu ús-, però que alhora és abstracte -la vorera no és res per ella mateixa, només té significat quan és vista en relació amb els edificis o els usos que hi fan *vora*, o en relació amb les voreres veïnes (Jacobs, 1961; Crosas, 2013)-, al llarg del temps s'hi han superposat usuaris i funcions: ha estat lloc d'oci per passejants, lloc de trobades i converses, espai de protesta i política, suport d'infinites situacions.

Una coincidència d'usos variada i diversa, que atrau, concentra i fixa gent al carrer, al mateix temps que les diferents funcions entren en conflicte les unes amb les altres: hi ha competència per participar de



la vorera i debat sobre el que hi pot passar.<sup>2</sup> Jacobs (1961) elogiava la promiscuïtat en l'ús del carrer i les voreres, uns “carrers que serveixen per més coses que no només transportar vehicles, i [unes] voreres utilitzades per molt més que per moure vianants”. El respecte a l'ús primer de la vorera, el de ser espai per estar i per passar, per passejar, es converteix en la balança per regular les activitats a l'espai públic: el vianant és l'element de mesura per validar l'ocupació que se'n fa.

Les voreres són suport per passejades i intercanvis intangibles entre ciutadans, però també escenari de negocis de mercaders i venedors, llocs ocupats pel comerç –el fix, el dels quioscs, o l'ambulant, on tot és transitori, tant contingent com contingut, tant comprador com venedor-, enclavaments d'intercanvis materials: carrer i comerç troben a la vorera el seu primer espai de contacte, és el primer dels llocs comuns de socialització on es creuen espai públic i espai privat. Les voreres teixeixen a més recorreguts entre botigues, les enllacen i afavoreixen aliances d'unes amb les altres: fan la connexió entre llocs d'intercanvis materials. És a les voreres on el comerç demostra la seva capacitat d'esculpir i fer flexibles les regles del ple-buit que configuren la ciutat, és allà on fa més visibles les variacions en la mida del carrer, és des d'elles que es percep com l'espai obert s'eixampla i entra als edificis, o com les botigues s'expandeixen i vessen cap enfora. És el comerç, quan s'apaga i s'encén, el que modifica la intensitat d'ús de les voreres, el que regula les pulsacions del carrer, el que fa evident al passejant el pas de les hores. La construcció de l'escenari que defineix el paisatge urbà que vertebrava aquest capítol comença per parar atenció a les transformacions que voreres i botigues s'infligeixen les unes a les altres, exemplificat en les alteracions de mida, de forma i d'utilització que la presència d'un mercat provoca sobre les voreres en el viari del voltant.

<sup>2</sup> La barreja i la superposició d'activitats particulars sobre l'espai públic es regula a través de normes i prohibicions sobre l'ús privat d'aquest espai, però es fa difícil establir la frontera entre un tipus i un altre d'activitat: tenir una conversa amb un amic en un banc al carrer no deixa de ser un acte íntim dut a terme a l'espai públic; parlar per telèfon mentre caminem, també ho és -a Philadelphia, l'Ajuntament va assajar una prova al 2012 on a les voreres es reservava un carril especial per aquells que caminaven distrets fent servir el telèfon mòbil; companyies de disseny d'aplicacions per smartphones han desenvolupat programes que alerten l'usuari del què passa al seu entorn mentre camina fent servir el telèfon, un tipus de vianant antagònic al *flâneur*, que camina sense voler mirar al seu voltant-. També es fa difícil de mesurar només a partir del lucre econòmic que generen les activitats desplegades: una conversa a l'espai públic pot servir per tancar negocis que moguin més quantitat de diners que un florista amb una galleda assegut a la vorera venent clavells. És una qüestió combinada de mida de l'espai que s'ocupa en relació amb el que es deixa lliure, de quantitat d'accessoris que es despleguen, de mida del que es desplega, de respecte a les distàncies –físiques, ideològiques- amb els demés.

Els mercats de fresc s'havien establert de manera informal a les portes de les ciutats medievals, primer, i a banda i banda -a l'espai que haurien ocupat les voreres- dels carrers que embocaven des del recinte emmurallat cap a les places de mercat, més tard. L'oferta creixia, es ramificava i s'estenia: quan van començar a escanyar la circulació, les parades es van endreçar en places arrezerades cobertes per veles o porxadades, fins que a mitjans del segle XIX es van agrupar sota els edificis coberts, de manera endreçada, per protegir venedors i compradors de les inclemències del temps alhora que es preservava la ciutat de la brutícia i el desordre que generaven.

Eren estructures modernes i majestuoses que tractaven d'encabir un comerç imprescindible per a la ciutat, el de productes frescos –i per tant eren indispensables, condició que quedava reconeguda en el fet de ser catalogats des del seu naixement com a *equipaments municipals*-, però que al mateix temps incomodava els anhels d'una ciutat neta, asèptica, endreçada. La càrrega i descàrrega de mercaderies a les parades, les despulles generades pels frescos, les olors, els colors, els sorolls, seguien dinàmiques pròpies i semblaven difícils d'encaixar amb la ciutat quadrículada, sanejada, il·luminada que s'estava consolidant. Els edificis dels mercats no deixaven de ser places públiques: els edificis havien canviat per cobertes de vidre i ferro les veles; al seu interior s'hi desplegaven regles i temps propis: les parades teixien una trama de carrers i cantonades; els magatzems i les cambres, amagaven als usuaris les parts més funcionals d'aquest engranatge urbà. Amb els mercats s'havien tractat d'endreçar, unificant i amagant, una sèrie d'accions espontànies que envoltaven el comerç de productes frescos, però la informalitat, la persistència de la presència dels *transients*, continua sent inherent a ells: transpiren cap al seu voltant l'activitat del seu interior.

Amb la sospita sempre present que l'anarquia que desprenien els mercats estava vinculada a l'ús que s'hi allotjava, les primeres ordenances municipals en redactar-se després de la construcció dels primers edificis -les de 1857, que més tard es completarien a les “Ordenanzas Municipales de Policía Urbana para la Ciudad de Barcelona y pueblos comprendidos en su Ensanche” de 1859-, posaven sota observació els venedors i dedicaven part de l'articulat a la regulació de les unitats de mesura de pes i volum en la venda dels productes de fresc i als instruments de mesura, o a resoldre els dubtes que poguessin tenir els compradors posant a la seva disposició una oficina de repès de les compres. A aquesta desconfiança en l'honradesa dels paradistes s'afegia el dubte sobre les formes dels gestors de les botigues dins l'equipament: un títol complet de les mateixes *Ordenanzas* es dedicava

a les regulacions relatives als mercats, on l'atenció es focalitzava en la preocupació per mantenir l'ordre i la neteja en les instal·lacions i per garantir la urbanitat en els tractes entre venedors i compradors. La memòria d'aquestes normatives 1857/1859 per als primers mercats continua encara viva a les normes que els regulen en l'actualitat.

El text refós de l' "Ordenança Municipal de Mercats" de novembre de 2008 de l'Ajuntament de Barcelona recull molts articles que traspuen els orígens de la forma comercial, com si els mercats medievals, els de carrer, els del desordre, els que van fer que s'amaguessin als edificis coberts per donar pas a la ciutat moderna fossin encara els que són objecte de les regulacions. El mercat com a propietat municipal,<sup>3</sup> sotmès a unes ordenances públiques, sota la responsabilitat del director de mercats,<sup>4</sup> el funcionari que hi garanteix l'ordre, que fixa els horaris, centralitza les inspeccions, i assenyala les condicions d'entrada de les mercaderies a la plaça.<sup>5</sup> La llei continua insistint en la neteja a les instal·lacions,<sup>6</sup> i interpellant en diversos articles als venedors,<sup>7</sup> als quals cedeix, en règim de concessió, l'ocupació de l'espai públic del mercat. La regulació de la competència i l'arbitratge entre paradistes també són visibles a l'articulat, en ressonància a una de les primeres funcions municipals del mercat, la de controlar els preus i les mesures del que s'hi venia.<sup>8</sup> Igualment, l'*Ordenança* assumeix el caràcter d'equipament públic dels mercats, i el control sobre el què<sup>9</sup> s'hi ven, el quan i el com,<sup>10</sup> continuen sent responsabilitat municipals.

**6** Cerdà, 1859. Título VI. Mercados: Art. 155: "Se prohíbe el lavar, limpiar o mandar artículo alguno dentro de la plaza. (...)"/ Art 159: "Todos los expendedores tienen obligación de mantener en estado de perfecta limpieza el punto que ocupen y su frente, no pudiendo arrojar en los parajes o calles destinados a la circulación paja, escombros o residuos de los objetos vendidos."

vs. *Ordenança*, 2008, Art. 42: "Els venedors hauran de conservar en bon estat la porció de domini i les parades, obres i instal·lacions utilitzats; (...) Tenir cura que les respectives parades estiguin netes, lliures de deixalles i en perfectes condicions higièniques i de prestació; (...) Contribuir a la neteja, conservació i vigilància del mercat de la manera i amb les condicions que s'estableixin (...)"

**7** Els venedors són part imprescindible als mercats, i només sota permís especial, les parades poden ser en algun règim que no sigui el de venda assistida. D'aquesta manera, els paradistes es converteixen en subjectes susceptibles de les regulacions municipals, i apareixen referències constants al seu comportament a l'articulat de l'*Ordenança*, en uns termes molt similars als que els ordenaven fa 150 anys. Per exemple, el mateix article 42 diu: "Els venedors hauran (...) d'exercir ininterrompudament, durant les hores assenyalades i amb la diligència i cura adequades, la seva activitat comercial; anar vestits amb pulcritud i correctament i portar la indumentària apropiada; (...) atendre els compradors amb l'adient amabilitat i deferència; (...)"

vs. Cerdà 1859. Art. 160: "Los vendedores deberán tratar a los compradores con urbanidad y moderación. Guardarán entre si la mayor compostura, absteniéndose de preferir palabras indecentes, ni promover alborotos ni quimeras."

&gt;&gt;

**3** Cerdà, 1859, Art. 154: "Para vender en paraje público, es necesario permiso de la Autoridad Municipal, la que señalará el puesto a cada vendedor." / Art. 156: "Todo vendedor que ocupe un puesto en un mercado, está sujeto al pago de derechos o retribución que el Ayuntamiento tenga a bien fijar por alquiler de la localidad".

Vs. *Ordenança* 2008: Art 1.1: "Tenen la consideració de mercats i es regiran per aquestes Ordenances els centres d'abastament establerts per l'Ajuntament en els locals o llocs públics adequats, sobre la base de la concurrència i la multiplicitat dels llocs de venda, per cobrir les necessitats de la població"/ Art. 2: "No es podran instal·lar mercats de cap mena sense autorització de l'Ajuntament."/ Art.4: "Sigui quina sigui la forma de gestió del servei de mercats, l'Ajuntament hi exercirà la necessària intervenció administrativa, la vigilància sanitària i totes les funcions que impliquin exercici d'autoritat i siguin de la seva competència."

**4** La figura del mostassà que la ciutat medieval havia emulat de les ciutats àrabs continua sent vigent.

**5** Cerdà, 1859, Art 158: "Para la carga y descarga de caballerías y carruajes deberán sujetarse los vendedores a la dirección que señale en cada mercado el jefe de la localidad."

Vs. *Ordenança* 2008: Art. 116: "La descàrrega de gènere s'haurà de fer fins a les 9 del matí. Després d'aquesta hora només es podran descarregar, prèvia autorització del director, aquells articles adquirits en els mercats en hores que facin impossible descarregar-los abans de l'hora esmentada".

&lt;&lt;

Els articles 48-50 de l'Ordenança actual es refereixen directament al seu aspecte i comportament: "Els venedors s'han de comportar educadament en les relacions entre ells, amb el públic i amb els funcionaris municipals del mercat."; "Amb especial rigor s'exigirà als venedors una acurada condició i netedat."; "Queda prohibit l'exercici de la seva activitat a aquells venedors que tinguin alguna malaltia contagiosa o que sigui repugnant de veure.". O de nou el 77, que apel·la a més a la seva honestedat, que va ser motiu de les primeres regulacions als mercats municipals: "Infraccions greus: (...) altercats o baralles que produeixin escàndol dins del mercat, (...) ofenses de paraula i obra al director o als empleats del mercat, (...) les defraudacions en la quantitat i la qualitat del gènere venut, (...) la venda d'articles no autoritzats per la denominació, (...) l' incompliment de l'horari del mercat.". També l'article 109, que regula els recursos desplegats pels venedors alhora de significar la seva parada dins el paisatge de passadissos homogenis: "És prohibit d'explicar a crits les característiques i el preu de la mercaderia i de cridar els compradors. Els concessionaris i els seus dependents no podran estar-se drets o asseguts fora de les parades que ocupin, obstructint el pas. Igualment és prohibit de vendre les mercaderies fora de les parades respectives i d'obstaculitzar amb aquestes el pas."

**8** I la competència comença per regular-se no permetent a l'interior d'un mateix mercat els monopolis: "Cap venedor pot ser titular de més de la meitat del total de llocs de venda que hi hagi en el mercat. Tampoc pot ser titular de més de la meitat dels llocs dedicats a la mateixa denominació, llevat que l'Administració municipal ho justifiqui, per tal de garantir la viabilitat econòmica dels negocis, en base als hàbits de consum de l'àrea d'influència." (Art. 32)

**9** L'inici del redactat planteja una classificació exhaustiva dels tipus de mercat i dels tipus de parades: Barcelona té *mercats centrals* -central del peix; central de Fruites i Verdures-, *mercats zonals* -tenen com a objecte prioritari la venda al detall d'articles alimentaris; encara que poden oferir altres productes no alimentaris o serveis-, i *mercats especials* -constituïts per les agrupacions de parades autoritzades "a la via pública o en altres llocs no coberts" i destinats a la venda d'articles no comestibles, com són els encants, el dominical de llibres d'ocasió i segells, el mercats de llibres d'ocasió del carrer Diputació, la fira de Bellcaire, i la venda de plantes i flors al detall a la Rambla de Sant Josep-.

**10** Les parades es classifiquen en *fixes, especials*- dedicats a la venda d'articles no comestibles-, *ambulants* -de caràcter eventual, instal·lats en taules movibles al mercat, dedicades a la venda de fruites i verdures pels pagesos-, i *magatzems o dipòsits*.

La xarxa de mercats zonals de Barcelona està formada per 45 edificis que concentren 2.929 parades fixes, de les quals un 68% estan destinades a productes alimentaris. La normativa les obliga a especialitzar-se segons el producte que ofereixen -vegeu el text que acompanya la imatge 3.1.3: Cartografia d'un paisatge urbà (03)-. Les parades ambulants de pagès es van recollir per primera vegada a les Ordenances de 1891, que deixaven la decisió de l'assignació diària d'aquests llocs de venda al director de cada mercat.

De manera paral·lela a la seva construcció, a l'entorn dels edificis coberts -d'aquestes places- es va consolidar poc a poc, a les plantes baixes dels edificis veïns, una xarxa comercial complementària que s'aprofitava del pols d'activitat que generaven els mercats. Les taules provisionals que des dels tendals i les porxades de les places s'havien estès pels carrers de l'entorn durant l'Edat Mitja, en imposar-se l'ordre dels mercats coberts, es va traslladar a les botigues al teixit del voltant sense perdre, des de les voreres de l'altra banda, la relació de sistema amb les parades a l'interior del mercat.<sup>11</sup>

Si amb els edificis dels mercats públics la ciutat havia iniciat el control municipal sobre els productes que s'hi venien i els preus a què es feia, de manera que s'afermava l'autoritat pública sobre l'espai a base de limitar-hi la competència,<sup>12</sup> les mateixes regulacions es van estendre ràpidament als seus voltants, per aconseguir promocionar i consolidar

**11** Des de la seva aparició, els mercats van ser centres de polaritat comercial. És vigent perquè descriu aquesta condició expansiva dels mercats un text de 1876 on els comerciants del Born expliquen què els ha suposat canvi d'ubicació del mercat (a Guàrdia, Oyón, 2008):

"Junto a los mercados se establece un grandísimo número de industrias análogas o similares a los artículos que en aquéllos se expanden, y de ello es buen testimonio lo que acontece en la Rambla llamada de San José, pues en los bajos de las casas más cercanas al Mercado encuéntranse tiendas de comestibles de toda especie, y sobre todo de artículos para ropa, pesca salada, frutas secas y otros que no son de lo que podríamos llamar artículos frescos propios de la expedición de los mercados. Sabe V.E. igualmente que junto a éstos se establecen también tiendas de artículos de cocina u otros semejantes, como lo demuestran también en la misma Rambla de San José las tiendas de vidriado, loza y porcelana abiertas en aquel sitio. Y sabe igualmente V.E. que por causa de la gran concurrencia que atraen los mercados se establecen en sus inmediaciones numerosas tiendas de ropas ordinarias, como lo demuestran igualmente las tiendas que hay junto al mercado de San José y en las calles laterales del Hospital, Petxina, Jerusalén y otras. Pues bien, esto mismo había sucedido como no podía menos de ser en la antigua plaza del Borne, y en ella había establecimientos que cuentan con grande antigüedad, con numerosa clientela creada a fuerza de años de servirle bien, sin duda con gran sacrificio de capitales por dilatado espacio de tiempo; y por esta circunstancia ha hecho elevar el valor de la propiedad urbana en aquella localidad por la animación que con la afluencia de géneros produce siempre un mercado. Trasladado a otro punto desaparecen tales condiciones, y es imposible que las tiendas de los expresados artículos vean concurrir a ellas todos los antiguos parroquianos, naturalmente atraídos a hacer compras con economía."

**12** Miller (2010) explica com al 1913, els venedors de pollastre del mercat de Sant Antoni van decidir fer vaga, i l'Ajuntament va respondre a les pressions obrint la venda de pollastre a tots els comerciants del mercat, qualsevol que fos l'especialització de la seva parada.

les estructures cobertes: es tractava que botigues properes i venedors ambulants que s'hi acostessin no poguessin establir-se dins un radi determinat de proximitat al mercat segons el producte que oferissin.<sup>13</sup> D'aquesta manera, l'afany regulador s'entestava a consolidar els mercats a base de limitar-ne la competència a l'exterior, per garantir-ne l'èxit i justificar la inversió pública que s'havia destinat a construir-los.

Més d'un segle més tard, la relació entre mercat i botigues als voltants s'ha invertit: el mercat és un pol d'atracció reconeguda de comerç de proximitat, i avui al seu perímetre s'hi afavoreix una relació de simbiosi contrària a la limitació de la competència que havia originat les primeres regulacions –prohibicions– en torn al que es podia comerciar al seu voltant. El “Pla Especial d'Equipament Comercial Alimentari de Barcelona”<sup>14</sup> de 2011 tracta de consolidar els mercats enfortint el teixit comercial a les seves vores.<sup>15</sup> Ho fa a base de definir

**13** Ho explica també Miller (2010): “Els venedors de peix fresc dels mercats tenien una de les proteccions més completes contra la competència; fins a l'arribada de la Segona República va haver-hi molt poques peixateries de producte fresc autoritzades a competir amb la venda de peix al mercat. Per blindar millor els venedors contra la competència, el 1925 el tinent d'alcalde encarregat dels proveïments (...) va ordenar que “l'antic objectiu de prohibir la venda d'articles oferts a les parades del mercat en un radi de 50 metres d'aquest esdevingui política oficial”. El 1927, els carnisseres dels mercats rebien encara més protecció contra la competència de les botigues. L'article 5 de la nova ordenança de carnisseres estipulava que no podia haver-hi botigues que venguessin carn de vedella ni de porc en un radi de 250 metres dels mercats en el cas de l'Eixample, i de 150 metres per a la resta de la ciutat.”

**14** El PECAB regula amb els objectius “d'afavorir la cohesió social, potenciar el model de ciutat compacta harmonitzant residència i usos comercials i de serveis, i reduir la mobilitat per descongestionar infraestructures i no incrementar la contaminació atmosfèrica”. En la seva versió definitiva de 2011 revisa les dues edicions anteriors, de 1986 i de 1999, en considerar que la variació de més d'un 33% de la població respecte al padró, els canvis de distribució de consum alimentari entre les diverses formes de comerç i l'aparició de noves formes han influït sobre els hàbits de consum i han canviat la fesomia de la xarxa que havia establert originàriament el Pla.

El PECAB parteix de la defensa de la condició d'equipament que han de tenir els mercats, que tot i que estan dedicats a l'activitat econòmica particular, tenen com a finalitat el proveïment d'aliments, bàsics i indispensables. Segons el Pla, en cada zona de la ciutat, els habitants han de disposar, en condicions de bona accessibilitat, de superfícies comercials suficients i equilibrades entre els diferents sectors. Això vol dir superfícies comercials d'acord amb la població i amb una proporció adequada de cadascun dels subsectors comercials alimentaris (productes frescos —carn, peix, fruita, hortalisses—, productes secs i alimentació en general, etc.). L'acumulació física dels productes als mercats permet concentrar oferta, regular els preus i oferir alternatives als compradors, i facilitar les inspeccions sanitàries als aliments frescos.

**15** Els compradors valoren la proximitat com a condició per adquirir productes frescos: en un 80% dels casos, els compradors es desplacen fins al mercat municipal només si el recorregut és inferior a 10 minuts; la compra de frescos es concentra en ell sobretot amb el peix, que als mercats representa un 60% de la quota de vendes de la ciutat. (Art. 2.3. La proximitat com a hàbit clau del consumidor, PECAB, Pla especial d'equipament comercial alimentari de Barcelona, 2011)

els anomenats perímetres de polaritat comercial, zones considerades complementàries als grans focus d'activitat comercial –a les primeres versions del Pla eren fonamentalment els mercats zonals de la ciutat; la darrera versió inclou altres formes de comerç-<sup>16</sup> a les quals considera que els usuaris, una vegada s'hi han desplaçat per anar a comprar al mercat o centre comercial, faran a peu altres compres de productes de primera necessitat. Més enllà del mercat, les voreres s'encarreguen de fer la transició a descobert i connecten les parades de l'interior amb les botigues a l'exterior.

A aquest comerç a l'entorn del mercat s'hi estenen també ordenances municipals que regulen botigues i venedors; la normativa que és aplicable a tot el comerç de fresc de la ciutat és hereva directa de les regles que regeixen el funcionament dels mercats.<sup>17</sup> El primer escenari del paisatge urbà protagonista d'aquest capítol, recorre els carrers entre tres mercats equidistants al centre de Barcelona: Sant Antoni i

**16** Vegeu les cartografies detallades dels perímetres dels centres comercials en funcionament del PECAB a [http://w110.bcn.cat/Urbanisme/Continguts/Documents/PECAB\\_NORMATIVA\\_desembre2014.pdf](http://w110.bcn.cat/Urbanisme/Continguts/Documents/PECAB_NORMATIVA_desembre2014.pdf). Si bé per als mercats aquests perímetres engloben el fragment de teixit accessible a peu que els envolta, per als centres comercials, el perímetre de polaritat coincideix estrictament amb el contorn de l'edifici.

**17** Si els mercats es construïen amb la dèria higienista i amb la voluntat de concentrar i facilitar els controls sanitaris dels productes frescos oferts a la població urbana, les botigues destinades a aquesta mateixa finalitat que s'estenien per la ciutat no en podien quedar exemptes. Les ordenances més exhaustives en aquest sentit són les de 1891, que determinaven l'aspecte que havien de tenir les botigues per transmetre aquesta sensació d'higiene i confort als compradors: Art. 567: “Deberá reinar en ellos la más exquisita limpieza, y, al efecto, los mostradores serán con preferencia de mármol, y se vestirán las paredes con azulejo o estuco hasta una altura conveniente. Igual limpieza deberá resplandecer en los envases de que se haga uso.”. Art 568: “Los paños que se empleen en los mismos deberán ser blancos, y tenerse las balanzas y los pesos siempre blancos y relucientes.” Art 569: “Asimismo deberán tener bien limpias las vasijas, y estañadas, por dentro y por fuera, las que lo requiera (...)”

Cerdà, anys abans, a la *Teoría de la construcción de las ciudades. Parte sintética. Edificios especiales*, havia fet referència a les carnisseries:

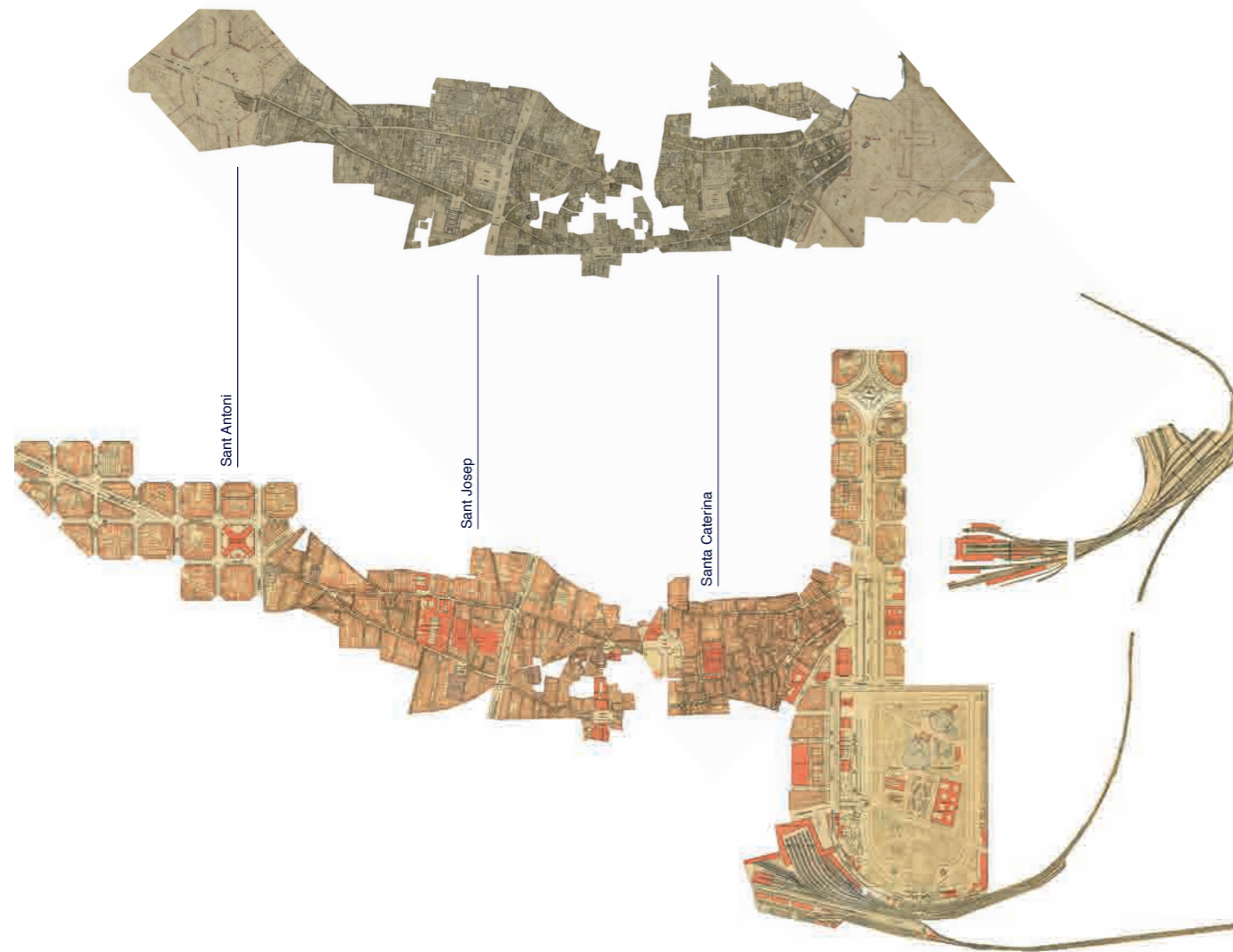
“Las carnicerías, es decir las tiendas o puestos destinados a la expendición de carnes frescas debieran en rigor ocupar un sitio aislado completamente de toda construcción y en paraje perfectamente ventilado. Pero ya que esto no pueda generalmente practicarse en las grandes poblaciones convendrá al menos aproximarse cuanto sea posible a esta disposición. No deben permitirse más que en el centro y en los cruceros de las plazas-mercados, en las esquinas de las calles que las limitan o lo más en las esquinas de las que sean muy anchas y bien orientadas. Su capacidad ha de ser proporcionada a la cantidad de carnes que haya de contener y su disposición tal que los dos paramentos que den a la calle tengan todo el vano que sea compatible con la solidez de la construcción. (...) Los vanos de estos establecimientos deben estar completamente rasgados de suelo al techo y tanto de día como de noche no deben tener más cierre que una verja de hierro suficientemente clara y mantenida en un estado de limpieza que haga imposible su oxidación. Nada de madera en estas piezas. “

Santa Caterina, separats 1,5 km, tenen a mig camí Sant Josep.<sup>18</sup> Els seus tres perímetres de polaritat comercial assignats es toquen i se solapen: tot i la pressió sobre els recorreguts que filen un mercat amb els altres, i tot i el procés d'alienació que aquesta mateixa intensitat d'explotació turística exerceix en ells -especialment sobre Sant Josep-, la presència d'establiments de productes frescos caracteritza l'horitzó del passejant sobre les voreres del seu voltant.

El paisatge arran de terra que envolta els mercats està fet predominantment de botigues que els complementen, de ritmes en planta baixa de massís i buit que s'ocupen per botigues d'alimentació: no són el lloc de grans rètols o vitrines, ni d'estintolaments, ni d'agregació de parcel·les. El teixit en torn seu no es transforma en el seu aspecte: els cartells discrets i la visió franca a l'interior, o la invasió a la vorera amb els productes frescos, es converteixen en el mitjà de visualització d'aquests establiments cap als compradors. La densitat de població del voltant s'encarrega de fer sostenible el sistema; les plantes baixes a tocar dels mercats queden preservades de franquícies, i els tendals, els rètols i els aparadors responen a les funcions originals de protecció i senyalització. El comerç de fresc atrau i ancora al seu torn altres establiments de proximitat que s'estableixen seguint les mateixes regles: les façanes a tocar de terra romanen intactes i les obertures no canvien de mida ni forma; la renovació de les botigues es fa en favor

<sup>18</sup> El mercat de Sant Antoni es va inaugurar al 1882 a la porta de la muralla, enllaçant la ciutat vella amb l'Eixample que començava a construir-se. Amb l'edifici es consolidaven les parades properes de venda de frescos instal·lats a la Plaça del Pedró, a l'inici de la traça de la carretera a Madrid, que amb la presència del mercat quedava interrompuda i no arribava a entrar a la ciutat. Per al projecte, Rovira i Trias -també autor dels mercats de la Concepció, la Barceloneta i Sants-, va dibuixar una planta en forma de creu amb cúpula central, amb una organització panòptica - El centre estava en uns inicis destinat al director del mercat, però davant les protestes, es va modificar el projecte: "En el centro de la Plaza de San Antonio se está montando un pesado armatoste de madera y mampostería a manera de chalet suizo, destinado, según hemos oído, a oficinas del Director de dicha plaza y que hace perder la visibilidad de las 4 anchas y esbeltas naves que se unen en aquel sitio, perjudicando mucho, como es consiguiente, el buen efecto del edificio..." (Diario de Barcelona, 8/12/1881, a *El sistema de mercats de Barcelona*, Guàrdia, Oyón i Fava, 2011)- que materialitzava els conceptes d'ordre, neteja i racionalitat que es volien atribuir als nous mercats. Les seves dimensions eren exagerades per l'àrea on se situava inicialment -en un meitat d'Eixample encara per desenvolupar i que s'aniria consolidant amb població al mateix temps que es construïa el mercat- perquè es pretenia que ajudés a descongestionar el mercat de Santa Caterina, construït al 1844 i, sobretot, el de Sant Josep, començat al 1840. Amb aquestes dimensions, amb la visibilitat de l'estructura de ferro i amb les façanes i cobertes transparents, n'hi havia d'haver prou per dotar-lo del caràcter de modernitat i monumentalitat en relació amb la ciutat que es començava a estendre pel pla.

**IMG 3.1.1: Cartografia d'un paisatge urbà (01).** Tres mercats al centre: Sant Antoni, Sant Josep i Santa Caterina. Retall dels aixecaments de Garriga i Roca (1862) i Martorell (1930-1940) del fragment de teixit urbà on s'insereixen.



d'altres del mateix tipus, garantint la diversitat i la varietat d'oferta a l'entorn. Farmàcies, ferreteries, establiments de productes per a la llar o botigues de tèxtil, calçat o complements: els equipaments comercials de comerç no alimentari acaben de travar el paisatge de carrer al voltant dels mercats falcant-se entre el fresc.

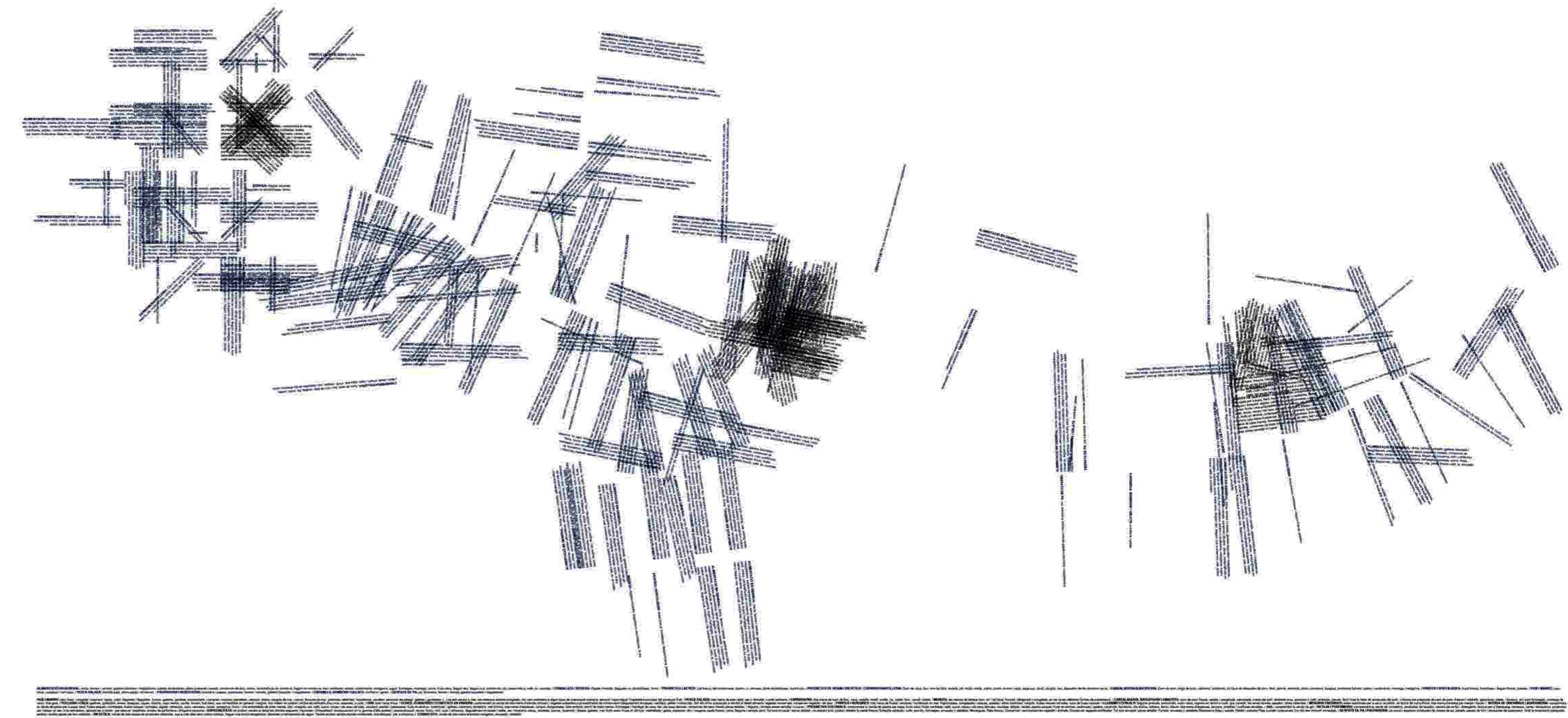
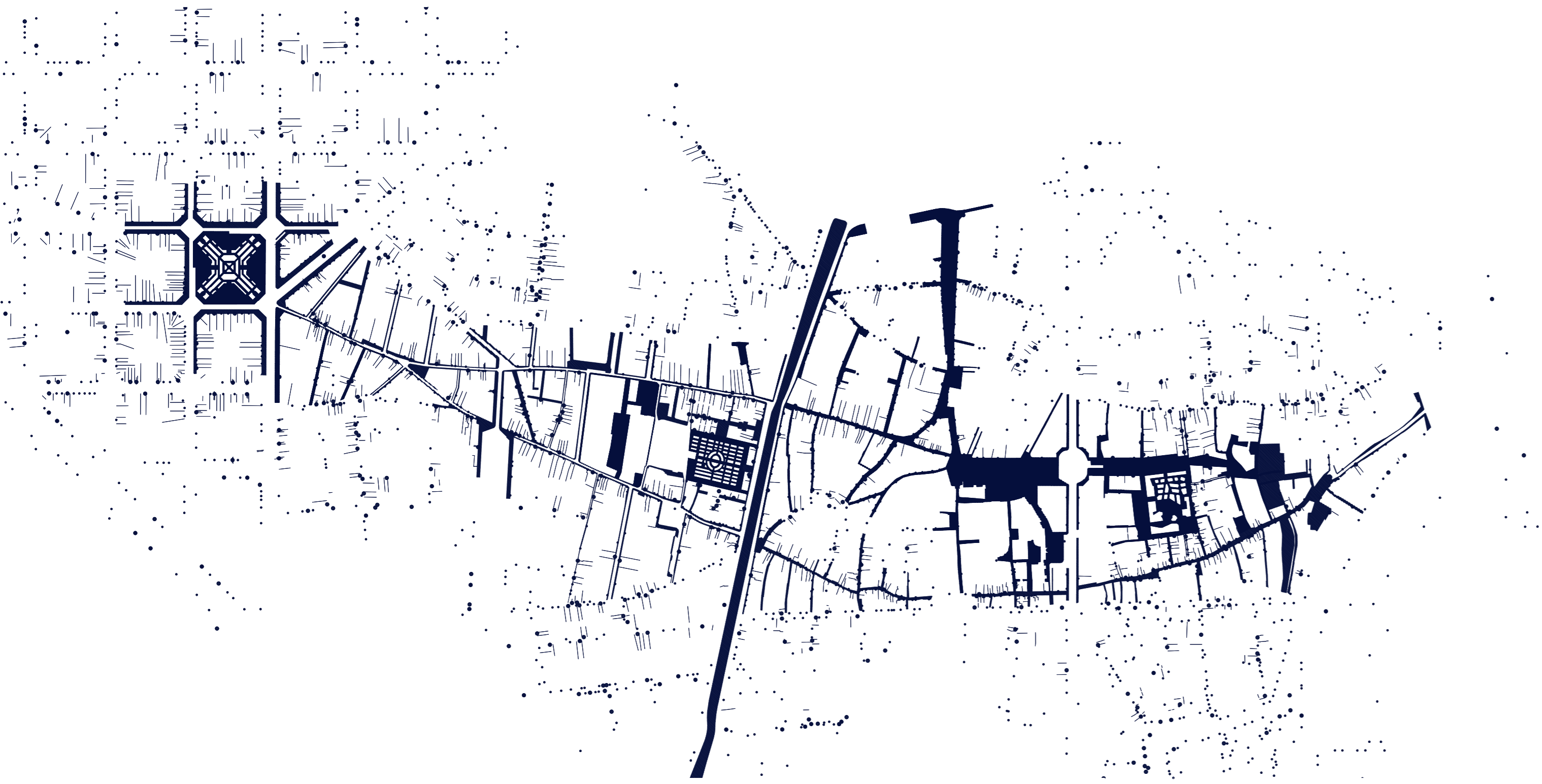
Entre el mercat i aquesta xarxa fonamentada en el comerç de fresc als carrers més pròxims, s'hi superposa, a més, una tercera condició, la del comerç temporal.<sup>19</sup> Està fet de suma de llocs de venda al carrer, on mostradors i aparadors són forçadament desplegaments transitoris, a vegades per l'ambigüitat en la regulació de la seva presència, d'altres per l'imprevisibilitat de les condicions climàtiques, i sempre per la necessitat de minimitzar temps i esforços en el plegat i desplegat -en el *parat* i el *desparat*- de la *parada*, i la conveniència de reduir el volum per l'emmagatzematge dels productes entre jornades de venda. Sense rètols ni llums, la veu del venedor, la impressió directa dels colors i les olors del producte ofert, es converteixen en els únics reclams cap als compradors, apel·lant als seus sentits més bàsics, com ho havien fet els primers mercats.

L'enginy fa aparèixer objectes-botiga rodadors, transportables o plegables, sempre transformables, que acaben convertits en quioscos a les voreres, els més sofisticats, o en desplegaments a terra, o sobre caixes, els que menys s'estableixen.<sup>20</sup> Però tot i l'obvietat de la transitorietat en la seva forma, tot i el plegat absolut i la desaparició dels encants quan no és hora de mercat temporal, aquests sistemes *dèbils* instal·lats de manera reiterada en el temps sobre un escenari concret, aconseguen modificar part dels fixos -façanes, voreres- que el defineixen, i fan aparèixer estructures per protegir-los, o canvien les dimensions dels llocs on s'instal·len.

Encants i mercats temporals conserven intacta la memòria dels seus orígens: a les portes de les muralles s'hi havien acostat també des del segle IX els mercaders, revenedors independents de productes que no entraven en competència amb els frescos que els pagesos feien arribar a la ciutat, sinó que basaven l'èxit de la seva oferta en la llarga distància que separava els compradors de la procedència

**19** Classificat com a *especial* a l'Ordenança de Mercats.

**20** La paraula francesa *colporteurs* descriu de manera literal la condició fonamentalment física que ha caracteritzat tradicionalment els venedors ambulants. Amb farcells al coll i bosses a l'esquena, o ajudats per carretes i carretons, venen productes o ofereixen entreteniment als passejants. El terme anglès *pushcart*, remet igualment a l'esforç físic que caracteritza el comerç ambulant de carrer, el d'empènyer el carretó.



<<, < i > Cartografies dels establiments de comerç alimentari a l'entorn de tres mercats:

Sobre el plànol de la ciutat, el PECAB regula les activitats des del punt de vista del sòl -localització, usos, titularitat, incidència dels preus-, de l'edificació -intensitat d'ús en els locals-, de l'entorn -accessibilitat als focus de polaritat comercial- i de l'accessibilitat en transport privat.

Ho fa a partir de controlar les tipologies d'establiments comercials -determina què s'hi pot vendre-, de fixar-ne les superfícies mínimes i màximes -és competència municipal la regulació dels establiments de superfície inferior als 5.000 m<sup>2</sup>- i de definir la seva distribució territorial, identificant i determinant *polaritats comercials* i regulant-ne els usos i les formes permesos al seu interior.

Aquestes polaritats es concentren en torn als mercats municipals i al voltant de determinats centres comercials privats que pel volum de la seva oferta alimentària, poden assimilar-se als mercats a efectes del pla, definint les anomenades zones *d'influència de polaritat comercial en funcionament*, que són "perímetres delimitats al voltant d'un focus de polaritat o equipament comercial alimentari que genera al seu entorn una concentració d'establiments alimentaris" (Art. 15 del PECAB).

Per a la definició dels perímetres, el PECAB ha tingut en compte "els establiments comercials alimentaris i no alimentaris existents; l'accessibilitat a la zona; i les possibilitats de reserva d'espai per a la circulació de vianants, per tal d'impedir la generació de mobilitats indègudes amb el consegüent problema mediambiental i de congestió del tràfic."

Segons l'article 17 del PECAB, dins el perímetre de polaritat comercial de mercats en funcionament s'autoritzarà l'obertura de nous establiments comercials alimentaris dels tipus següents: en sistema de venda personalitzada, on el venedor atén individualment cada comprador, establiments especialistes -es dediquen a la venda d'un sol grup d'especialitat alimentària- i polivalents alimentaris -combinen la venda de dos o més grups d'especialitats-. En règim d'autoservei, autoserveis -ofereixen productes de consum quotidià, predominantment alimentació i que tenen fins a 149 m<sup>2</sup>-, superserveis -establiments amb característiques similars als autoserveis i que tenen entre 150 i 399 m<sup>2</sup>-, i en queden exclosos els supermercats -de 400 a 2.500 m<sup>2</sup>-. O en format de botigues de conveniència -establiments comercials amb superfície neta de venda no superior als 500 m<sup>2</sup> que distribueixen la seva oferta, de manera similar, entre llibres, diaris i revistes; productes d'alimentació; discos i vídeos; joguines regals i articles diversos i que han d'estar oberts al públic un mínim de 18 hores diàries-.

<< **IMG 3.1.2: Cartografia d'un paisatge urbà (02) / Representació de la vibració a les voreres.** Establiments de comerç de primera necessitat en les voreres que connecten els tres mercats: els de comerç quotidià -cercles amb diàmetre més gran- i els de comerç de proximitat -més petits- que es concentren al seu entorn (base de dades *Camerdata*, cens voluntari de les activitats, actualització any 2008). Tot i l'aparent desespecialització de l'àmbit en favor d'establiments dedicats a serveis turístics, la densitat residencial a Ciutat Vella garanteix la subsistència -per imprescindibles- dels comerços de proximitat.

Font: Elaboració pròpia a partir de la interpretació de les cartografies de la *Forma metropolitana de les activitats* elaborades per a l'exposició "Metropol·lis Barcelona". Propietat del treball original: Àrea Metropolitana de Barcelona, AMB. Autores del treball original: Eulàlia Gómez, Judith Recio, desembre de 2014.

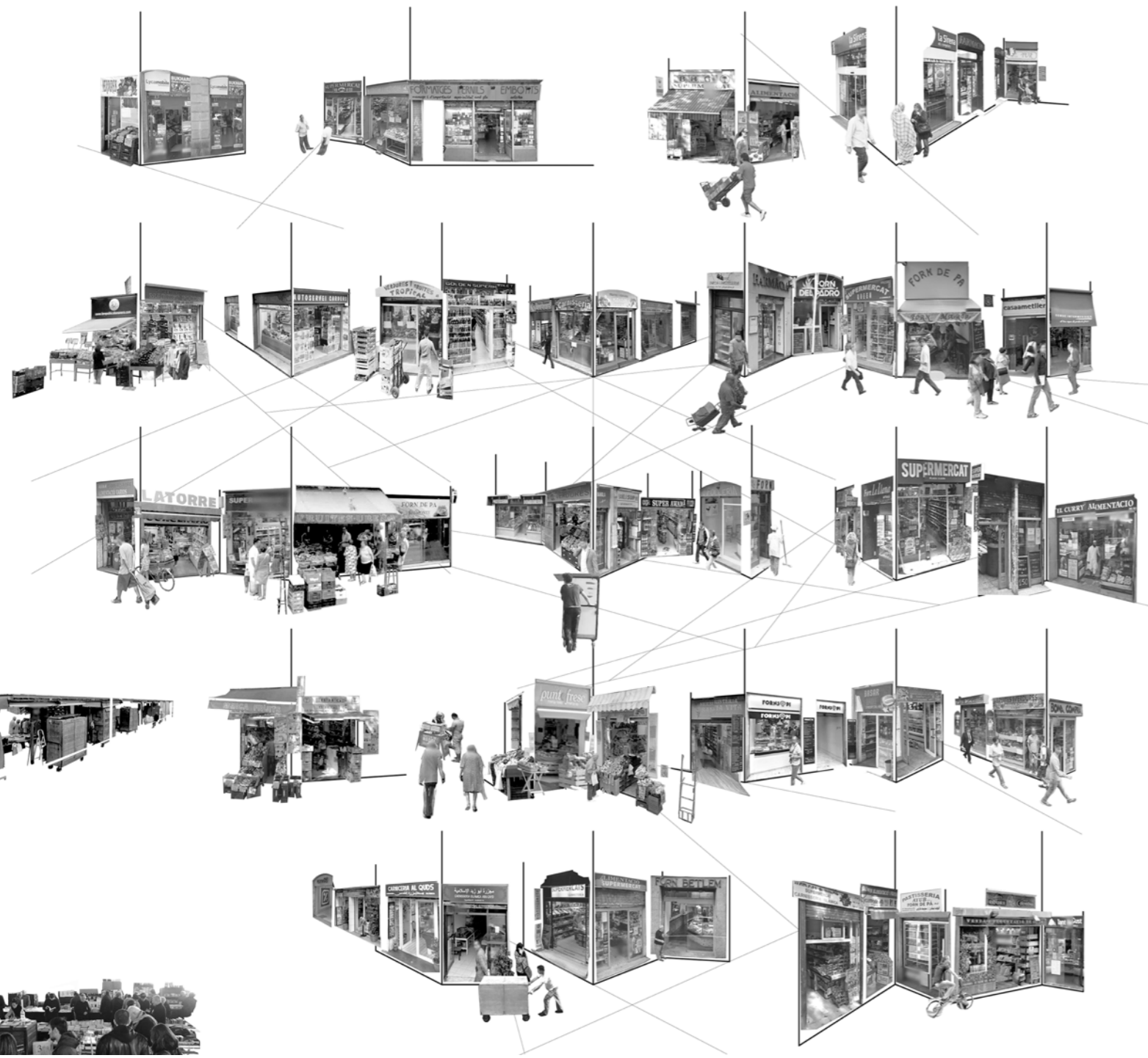
< **IMG 3.1.3: Cartografia d'un paisatge urbà (03) / La varietat sobre el teixit.** Cartografia del comerç alimentari a l'entorn dels tres mercats. A més dels establiments de fresc sobre les voreres que els connecten, es representen els dels eixos de Joaquim Costa, Carretes, i els carrers de Sant Pau i Nou de la Rambla entre les dues ramblas. La imatge mostra un buit central al voltant de la Plaça Nova i una major concentració al Raval i Sant Antoni: la densitat d'habitants es tradueix en intensitat d'oferta.

Font: Elaboració pròpia, a partir dels textos dels productes en venda permesos segons la tipologia de l'establiment a l'*Ordenança d'establiments i centres de comerç alimentari* de l'Ajuntament de Barcelona, abril de 2013.

> **IMG 3.1.4: Cartografia d'un paisatge urbà (04) / La forma de la varietat.** Collage de cantonades imaginades a partir de la concentració de captures de *google street view* d'aquests establiments a l'escenari urbà que s'explica.

Font: Elaboració pròpia, juny de 2015.





del que oferien. Eren comerciants que viatjaven durant pràcticament tot l'any, *pedes pulverosi* que importaven objectes a les ciutats, i que mantenien l'esperit nòmada que havia caracteritzat els primers assentaments. Van ser els encarregats d'introduir per primera vegada el luxe i la fantasmagoria<sup>21</sup> associats als productes de consum, que es convertien en atractius i en valuosos més que per ells mateixos, per les propietats d'exotisme que se'ls atribuïen. El comerç ambulant es regulava a les *Ordenanzas* de 1859<sup>22</sup> al mateix temps que s'apostava per la consolidació del comerç als mercats a cobert; el text refós de l'*Ordenança Municipal de Mercats* (2008) també es fixa de manera específica cada un dels *mercats especials*<sup>23</sup> fixant-ne igualment els horaris i les condicions de les parades.

**21** Buck-Morss (1989) explica com Benjamin va fer-se amb aquest concepte de Marx, referit al procés pel qual els productes, una vegada es converteixen en mercaderies, perden la relació amb les mans dels artesans que els han produït i passen a ser una cosa abstracta, que “sembla a primera vista trivial i autosuficient” però que és en realitat un objecte “desconcertant, replet de subtileses metafísiques i entremaliadures teològiques”.

**22** Al Títol IX “Del tránsito público” de les *Ordenanzas* es prohibia la venda ambulant en voreres i places. Però també prohibia, en successius articles, “toda clase de juegos asi infantiles como de adultos”, “asustar a las mujeres y a las criaturas con lagartos, culebras y otros bichos muertos o vivos”, “incomodar al vecindario con cánticos, gritos o voces descompasados”, o “que circulen osos, micos, monos y demás animales con que suelen ganarse la vida algunos saltimbanquis”. O obligava a “todos los que lleven bultos, pasarán por el centro de las calles (...)”. L'ús de la vorera quedava restringit als passejants:

Art. 279: “No se permitirán puestos o paradas ambulantes de géneros u otros efectos en las calles, plazas, pórticos, y demás lugares públicos. Quedan no obstante autorizados los de los Encantes y Bellcaire en la Esplanada con sujeción a las reglas que dictare la Autoridad municipal.”

Art.282: “Bajo ningún pretexto se permitirá que se sitúen puestos ambulantes en las aceras. Tampoco se permitirá a los dueños de las tiendas colocar sobre las aceras toneles, cubos, ni objeto alguno que impida el libre tránsito por las mismas; así como el tener géneros colgados en el exterior de las tiendas.”

**23** Pel que fa als Encants de Sant Antoni:

Art 139: “Els mercats dels Encants tenen com a finalitat la venda de gènere o articles industrials nous o de saldo. És prohibida la venda en aquests mercats d'articles usats, llibres i flors. Als Encants del mercat de Sant Antoni s'autoritza la venda de saldos. Als encants situats a les parades especials de mercats zonals només es podran vendre articles nous.”/ Art. 140: “Els Encants del Mercat de Sant Antoni, mentre no s'acordi el seu trasllat o supressió per l'òrgan municipal competent, estaran en funcionament dilluns, dimecres, divendres i dissabtes a les voravies del Mercat de Sant Antoni i carrers de Tamarit, Urgell i Borrell, de conformitat amb la distribució de parades decretada per la Corporació municipal, durant les mateixes hores que el comerç en general.”/ Art. 141: “Als esmentats Encants de Sant Antoni, els diumenges, els venedors deixaran lliures les voravies i marquesines del mercat, d'acord amb el que disposi l'Administració municipal, per al funcionament del Mercat de Llibres d'Ocasíó.”/ Art. 142: “Les parades hauran de tenir 2 m lineals de frontal, excepte les de primera categoria que hauran de tenir 2,20 m;

Els encants dels mercats s'adapten allà on puguin, i l'ordre i l'estructura queden en un segon pla davant la promiscuïtat i la proximitat. La seducció al comprador continua sent conseqüència de l'heterogeneïtat del material, les quantitats amb què es presenta, i l'aclaparador de la varietat del què s'hi ofereix. Els encants de Sant Antoni<sup>24</sup> continuen sent comerç al carrer, i doten les voreres d'una intensitat que, encara que de manera transitòria, defineix la identitat de l'entorn. Sumen la contradicció del seguit de regulacions que els ordenen barrejat amb l'aparent espontaneïtat de la seva expressió.<sup>25</sup>

La presència dels els *encants* i el *dominical del llibre* a tocar de Sant Antoni superposa tres ritmes diferents, tres usos compassats de les voreres i els carrers. Els horaris de l'interior del mercat i els de l'entorn se solapen a algunes estones però mantenen espais temporals propis,

&lt;&lt;

hauran d'estar numerades, ser llevadisses, sense estar clavades a terra o a les parets del mercat, i s'hauran d'adaptar als models .... que acordi la Corporació municipal."/ Art. 143: "Quan la Delegació de Proveïments ho autoritzi, el gènere podrà traslladar-se en carretons o caixes de dipòsit, les quals hauran d'estar dotades de rodes de goma o dispositius que evitin els sorolls molestos i, si escau, de llums d'acord amb les vigents normes de circulació."/ Art. 144: "L'exposició del gènere a les parades fixes s'haurà de fer mitjançant les taules llevadisses que hauran de tenir com a dimensions mínimes 1,80 m de llargada, 1,40 m d'amplada i 0,60 m d'alçària. El gènere no podrà exhibir-se en munts o ser penjat a menys de 0,60 m de la parada."/ Art. 145: "Els llocs de venda dels encants es classificaran en: especials, de primera categoria i de segona categoria. Es consideren especials els ubicats a la voravia del Mercat de Sant Antoni corresponent al carrer d'Urgell en una longitud de 51,75 m, i situats a la marquesina. Es consideraran de primera categoria els altres que envolten el mercat; i de segona els situats als carrers adjacents. Les parades d'encants dels mercats zonals seran de segona categoria.

En referència al dominical del llibre:

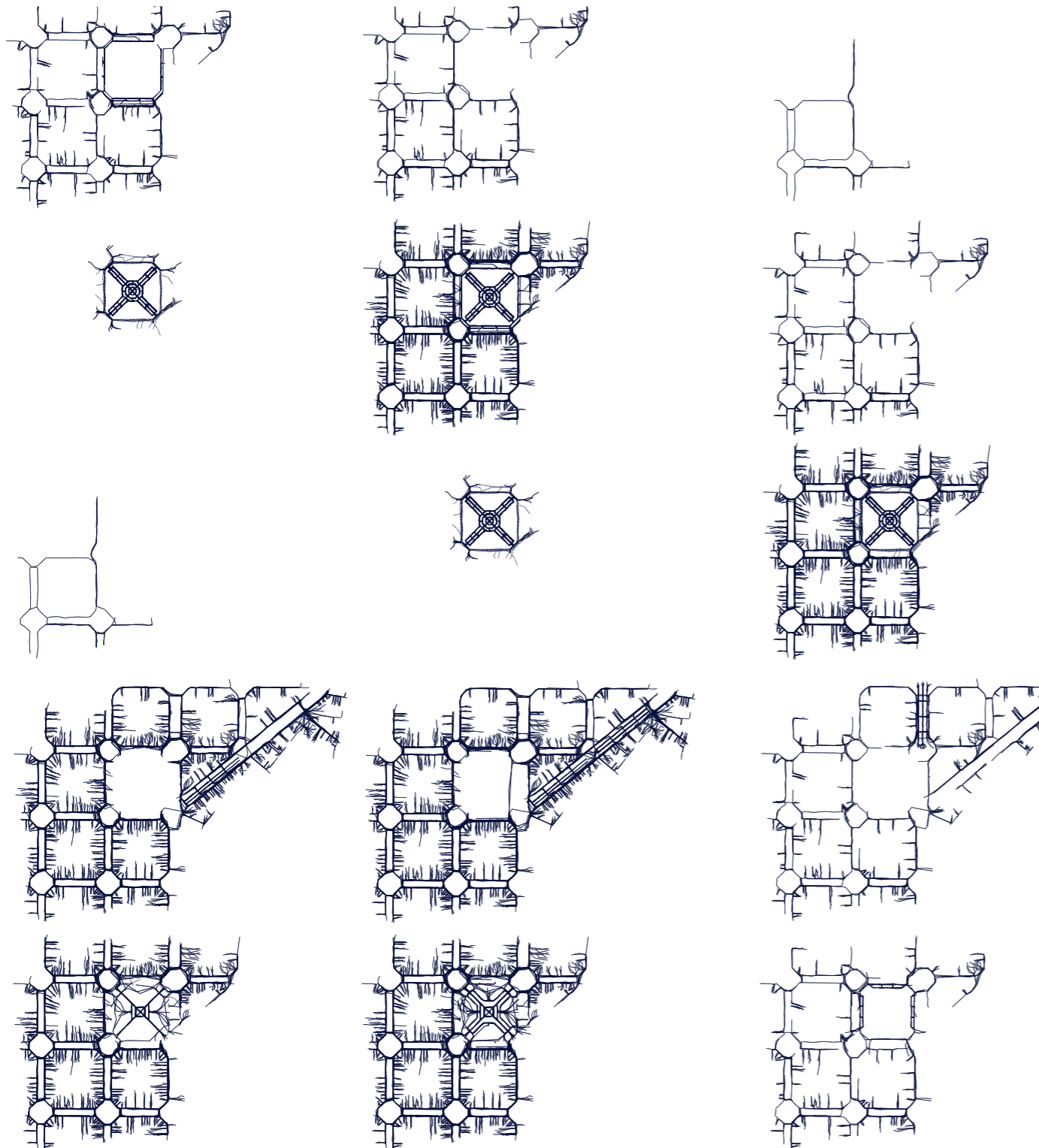
147: "El mercat Dominical de Sant Antoni, se situarà a les vores del Mercat de Sant Antoni, al pati interior del carrer Tamarit, o el lloc que habiliti l'Ajuntament, els diumenges pel matí de 8 a 14 hores. Les activitats d'aquest mercat són: Llibres d'ocasió: venda de llibres d'ocasió, nous o usats, segells i qualsevol altre producte en el que el seu suport principal sigui el paper imprès. / Productes de tipus cultural: venda de productes, que malgrat els seu suport no sigui paper imprès, el seu reconegut caràcter cultural permeti la comercialització en aquest mercat. Seran articles autoritzats per la venda: minerals i monedes de col·leccionisme, productes de papereria, material de dibuix i pintura artístics, material complementari d'àudio, vídeo i informàtica (discs i cintes de lectura mecànica, magnètica o electrònica, cintes de vídeo i cintes i discs de lectura magnètica per ordinador o similar). Sense perjudici de la introducció de nous productes, anàlegs als anteriors, que apareguin en el mercat prèviament autoritzats per l'òrgan competent."/ Art. 148: "Els llocs de venda del Mercat Dominical es classificaran en especials, de primera i de segona categoria. / Es consideraran especials els del carrer Urgell, situats a la vorera del Mercat de Sant Antoni. Es consideraran de primera categoria els del pati interior del carrer Tamarit i de segona categoria la resta."/ Art. 149: "Els llocs tindran 2 metres lineals de front, a excepció dels especials que tindran 2,20 metres, estaran numerats, i seran llevadissos. Els llocs de venda hauran d'adaptar-se als models oficials que seran proposats..."

**24** Les dues exposicions universals van marcar la relació del mercat de Sant Antoni amb el que ara són els seus encants. En dos moments on la ciutat s'oferia com a escenari al món, la presència de venedors ambulants en posicions privilegiades entrava en contradicció amb la imatge de modernitat que es pretenia transmetre, i els seu trasllat va ser el primer pas en la reconquesta d'espais que esdevindrien centrals a la ciutat. La primera exposició, amb el mercat acabat de construir, va fer que se'ls enviés allà: Sant Antoni quedava als afores d'una ciutat que gravitava entre la ciutat vella i el parc de la Ciutadella. La segona, en canvi, els situava en un punt intermedi entre la Fira de Mostres de Montjuïc i el centre de la ciutat, i va obligar a allunyar-los fins a la plaça de les Glòries.

Al segle XIV els encants s'havien instal·lat sota les voltes dels fusters, on hi van ser fins al 1872, oberts tres dies laborables a la setmana. Amb la proximitat de l'Exposició Universal, i els inicis dels treballs d'obertura de la Via Laietana al 1908 van acabar amb les porxades que els protegien: les voltes aixoplugaven venedors ambulants que subhastaven lots de possessions procedents d'herències o de desnonaments i deutes, i la seva presència organitzada sota les voltes, al costat de la llotja, va fer de l'enclavament un dels espais amb més intensitat d'activitat de la ciutat.

En ser traslladats a Sant Antoni –com s'hi va moure la Fira de Belcaire, des de La Rambla, un altre emplaçament central- la seva presència va activar l'activitat d'un mercat que encara no havia arrelat a l'entorn, al mateix temps que poc a poc, van beneficiar-se d'una posició oberta i a l'aire lliure que els permetia expandir-se sense massa límits: els 245 venedors sota les voltes al 1888, quatre anys més tard es van convertir en 700 fixos i 200 més que s'alternaven, adossats a les façanes del mercat i a les voreres del carrer Urgell. Passada l'exposició, entre 1982 i 1893 els veïns del barri van demanar que els mercat ambulant abandonés un emplaçament que havien considerat provisional des dels inicis, però els venedors havien entès els avantatges que els aportava la sinèrgia amb el mercat i hi van poder seguir instal·lats (Guàrdia, Oyón, Fava, 2009).

&gt;&gt;



**IMG 3.1.5: Cartografia d'un paisatge urbà (05) / Representació complementària: el rellotge de Sant Antoni.** Successió d'escenaris superposats, d'esquerra a dreta i de dalt a baix: 1-diumenge 8:00 a.m.- 2:00 p.m.: dominical del llibre-cafeteries-fleques / 2-diumenge 2:00 p.m.- dilluns 0:00 a.m.: cafeteries / 3-dilluns 0:00 a.m.-8:30 a.m.: - / 4-dilluns 8:30 a.m.- 10:00 a.m.: parades del mercat / 5-dilluns 10:00 a.m.-8:00 p.m.: mercat -comerç de proximitat al perímetre de polaritat-encants / 6-dilluns 8:00 p.m.- dimarts 0:00 a.m.: cafeteries-restaurants / 7-dimarts 0:00 a.m.-8:30 a.m.: - / 8-dimarts 8:30 a.m.-10:00 a.m.: parades del mercat / 9-dimarts 10:00 a.m.-8:00 p.m.: mercat -comerç de proximitat al perímetre de polaritat / 10-escenari temporal 1: el mercat sense els encants / 11-escenari temporal 2: els encants i el mercat /12-escenari temporal 3: els encants del llibre / 13-escenari projectat 1: el mercat sense els encants / 14-escenari projectat 2: els encants dins el mercat / 15-escenari projectat 3: els encants del llibre.

El dibuix dilatat en el temps de l'intensitat d'ús de les voreres en funció dels horaris d'obertura dels establiments, dilata i contrau el perímetre comercial en funcionament al voltant del mercat. Sobre la representació de la situació provisional actual del mercat, els moviments de sistole i diàstole en un fragment urbà homogeni es fan evidents.

durant els quals la intensitat d'ús de la vorera transforma el paisatge del carrer. Diferents usuaris sota una paraigües únic -la proximitat al mercat-, que estén la seva ombra més enllà de les hores de venda dels productes de fresc i més lluny dels límits de la coberta de l'edifici. Marquen un rellotge setmanal propi, al mateix temps que l'obertura i el tancament de les portes del mercat cada dia, encenen i apaguen i mantenen en suspens un bon tros de la ciutat.

Al centre d'aquests escenari de comerç de fresc centrifugat, bolcat sobre el carrer, desplecats als taulells de manera franca, s'hi situen els mercats, voreres cobertes, carrers protegits, atmosferes ambigües entre interior i exterior. En el moment de construir-se van anticipar arguments que donarien lloc a algunes altres de les tipologies comercials. És en aquests espais urbans on es camina mentre es miren productes, mentre es busca el que es necessita i es compra, on la sedució per olors i colors es desplega en la seva essència, uns espais que obren oasis col·lectius entre l'espai obert de la ciutat, on

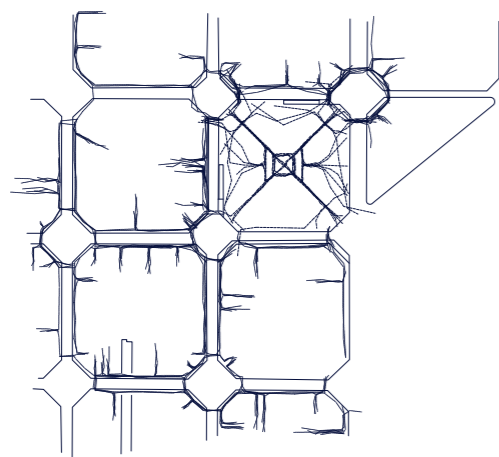
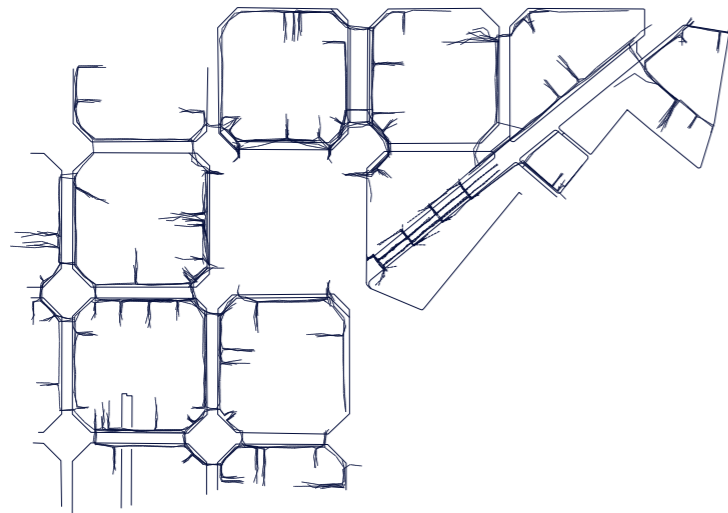
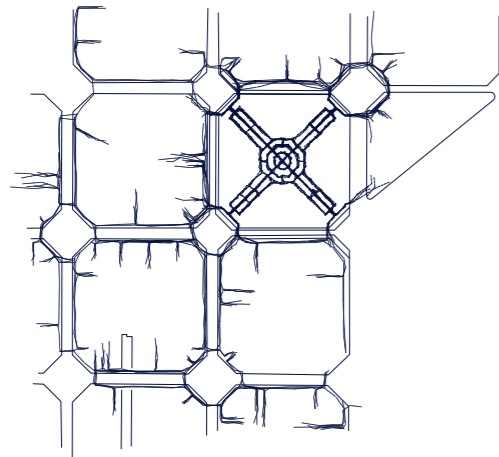
<<

Amb la segona exposició, al 1929, per poder urbanitzar Creu Coberta i Plaça d'Espanya, es van traslladar part de les parades cap a la plaça de les Glòries. La resta es van reendreçar a l'entorn de Sant Antoni, sota una marquesina nova adossada al mercat que les protegia. La inquietud que la venda ambulants il·legal continuava present: si els encants havien nascut empesos pel reciclatge de material i de productes quotidians, per la reutilització d'objectes i d'eines d'artesans durant l'època preindustrial, la industrialització va fer que s'assortissin i oferissin no només d'aquests objectes de segona mà, sinó també d'articles nous defectuosos, o no tan nous i passats de moda. La distinció amb el que es venia a les botigues començava a no ser tan clara, i la competència es veia com una amenaça per als propietaris de les botigues veïnes.

Les preocupacions de veïns i comerciants de barri van desembocar amb una major regulació: les actes municipals reflecteixen la preocupació per aquest tema -venda ambulants il·legal- a partir de 1929, amb una atenció sostinguda i nombroses iniciatives de control que cal interpretar com a resposta a aquest focus important de conflictivitat. Fins que l'any 1943 s'acorda crear uns petits mercats a l'aire lliure -els "mercadets"- a diversos districtes per reconduir la venda ambulants de comestibles.

Font: Giàrdia, M. (2013) a <http://encantsbarcelona.somdemercat.cat/una-mica-historia/>

**25** A propòsit del projecte del mercat dels Nous Encants a la Plaça de les Glòries, Rubert (2013) escrivia: "... ¿necessita tot aquest bigarrat material i els seus bigarrats clients, entre els quals em compto, una marquesina amb una estructura tan complexa i tan vistosa? Ciutats que seguim amb admiració com Londres o Nova York han dedicat els esforços dels últims anys a ubicar nous usos de mercat en llocs existents, sense fer gairebé res. Borough Market sota les vies del tren a Londres o Fairway en una nau del port de Nova York, alberguen mercats en espais destinats originalment a altres usos, sense que gairebé no se n'apreciï la transformació."



va germinar la invenció d'una ambigüitat i una atmosfera pròpies associades al consum, el somni de la possibilitat de l'existència d'un *ambient de comerç* on les condicions anímiques de l'individu podien ser alienades del que passava fora, als carrers "reals" de la ciutat.

Mentre que al voltant dels mercats l'extensió de l'activitat es fa en taca d'oli, sobre aquesta oferta continua i travada s'hi superposa una esquitxada d'edificis autònoms que polaritzen l'oferta comercial: per al següent escenari muden els actors, que passen de *caminar a passejar* i de *comprar a consumir*. Són dinàmiques diferents d'ús de les voreres i la ciutat en torn a construccions que es poden descriure a partir de la seva relació amb el parcel·lari, perquè són capaces de fer presents o de desfer i desdibuixar les línies invisibles de la propietat: els passatges comercials havien desplegat les seves estratègies de parasitació i es van infiltrar a les mansanes; els grans magatzems, en canvi, van colonitzar-les mig segle més tard a base d'obrir-se lloc darrere unes façanes impassibles que amagaven la metamorfosi a l'interior.

**< IMG 3.1.6: Cartografia d'un paisatge urbà (06) / Representació complementària: la gravitació del centre.** Sant Antoni carrega amb el simbolisme d'haver-se construït damunt el baluard de la muralla, a les portes de la ciutat, sobre el lloc tradicional de trobada dels mercaders. La presència dels encants contribueix a que es conservi a més la memòria de la tradició de la forma comercial original, la de la temporalitat, la de la provisionalitat, la de l'expansivitat. L'ambigüitat actual del lloc, amb els treballs de reforma de l'edifici original en curs -que consisteixen a eliminar les construccions auxiliars de les vores i a augmentar la superfície de serveis i d'emmagatzematge als soterranis (endreçant de nou, no amb un edifici de nova planta sinó sota l'existent)-, fa patent la percepció de les discontinuïtats a l'àmbit de concentració d'activitat generat pel mercat.

Amb la rehabilitació de l'edifici, es manté la closca però es reendrega l'interior, a base de maclar frescos i encants, fent-los compatibles però alhora divisibles, i solucionant a l'interior d'un edifici que des dels seus inicis va ser massa gran, part de la parasitació dels encants a les voreres. Mentres, a les carpes provisionals, una mateixa estructura -temporal però fixa- es repeteix per al mercat de fresc, el de roba i el dels llibres. La closca els uniforma i a dins, la mida i la distribució de les parades a cadascun dels espais en defineixen el caràcter.

La comparació entre tres imatges fixes del mercat -el que es va estirar fins a l'any 2009, el temporal i el projecte en execució- a partir de l'ús de les voreres sumant les seves tres condicions temporals -mercat, encants i dominical del llibre, afegides al comerç de fresc dels voltants- mostra la transformació que el mercat exerceix sobre la ciutat: si bé les façanes a l'entorn es preserven intactes, el mercat dilata i comprimeix l'espai públic al seu voltant a demanda. Les voreres teixien el mercat amb les botigues i els encants, però alhora el mercat estira les voreres: són canvis que dins la regularitat de la trama de l'Eixample fan evident la condició expansiva i transformadora del comerç. Les allarga per fer-les créixer 50 cm, o 3 m, les eixampla respecte a la continuïtat amb les voreres veïnes; les estreny 50 cm per fer-hi encabir una carpa provisional, o 2 m per relligar-les amb les veïnes i tornar-les a la seva condició original.

## Segon escenari. MANSANES I COMERÇ

Si Crèdit, Rellotge, Bacardí, Maldà i aquest enfilall de peces menudes són insercions amb bisturí dins la trama medieval,<sup>26</sup> rengleres endreçades de botigues que generen drecceres lineals a la ciutat, espais més a prop de ser carrer que de ser edifici, de ser exteriors que de ser interiors, comparteixen escena amb unes peces més grans, els *grans magatzems*, que van començar per incrustar-se a un parcel·lari massa menut per la satisfacció dels anhels del nou consum modern i que de seguida van fer-se visibles al passejant.

L'origen de la tipologia dels magatzems de novetats està lligat a la morfologia del parcel·lari i a la dels teixits densos i de mansana tancada. Els primers grans magatzems van començar per ocupar edificis existents, generalment dedicats a habitatges, i creixien mica a mica a base de fer-se amb les parcel·les adjacents. Quan la superfície adquirida era prou gran, les cases s'enderrocaven i es construïa un edifici nou que reproduïa els patis interiors de les mansanes d'habitatges, que es cobrien amb lluernes i servien per organitzar-ne l'interior: era al seu voltant que es disposava tot el sistema de mostradors de venda i que s'organitzaven els recorreguts interiors.

La condició de parasitació de l'estructura cadastral existent era la que garantia l'absorció d'una peça de mida dissonant amb les dels cascs vells de les ciutats medievals, al mateix temps que facilitava la incorporació

<sup>26</sup> Vegeu el peu d'imatge que acompanya la IMG 2.11: Cartografia ucrònica 02 / Les formes de comerç urbà a Barcelona, pg. 148, que descriu els passatges a Ciutat Vella.

d'un nou programa d'escala col·lectiva dins un entorn domèstic; el procés de reconstrucció dels interiors dels magatzems amb espais d'alçada múltiple i llum zenital amagats darrere de façanes quotidianes va generar un univers nou i sorprenent, una atmosfera de seducció propícia per a les vendes. A través d'aquest creixement delicat fet a força de sumar sòl parcel·la a parcel·la, els grans magatzems podien anar aproximant la seva posició cap a unes condicions urbanes de màxima visibilitat i rendibilitat -cap a les cantonades de les mansanes- on es multiplicava la seva preeminència dins un teixit dens, al mateix temps que ho podien fer també cap als interiors d'illa -com passava amb els passatges- per accedir a sòl a preu més baix.

A mesura que l'edifici creixia i absorbia els del costat, la complexitat dels recorreguts interiors es reflectia en la seva relació amb l'exterior i amb el teixit circumdant: es multiplicaven els accessos sense que hi hagués necessàriament una entrada principal, amb la qual cosa la isotropia interior de l'edifici havia d'enfrontar-se amb l'heterogeneïtat del tros de ciutat en que s'inserien els magatzems. L'ús del ferro i el formigó van permetre llums estructurals més grans en les reconstruccions i els aixecaments dels edificis de magatzems de novetats de nova planta; l'evolució del vidre va permetre augmentar progressivament la superfície en planta baixa d'aparadors i vitrines; la invenció de l'escala mecànica va fer que l'espai col·lectiu destinat al consum s'estengués i pugés més amunt de la planta baixa.

Al mateix temps, l'augment de la intensitat i l'activitat que impulsava des de l'interior l'extensió cap als veïns, desbordava el perímetre de l'edifici i transformava el tros de ciutat propera. La potència dels grans magatzems era patent: els edificis que servien per igualar i socialitzar les persones podien també transformar la fesomia de les ciutats. Aquesta seva condició d'expansivitat va perdurar durant la primera meitat del segle XX quan, encara que es tractés d'edificis de nova planta que ocupaven mansanes senceres, la multiplicació constant de productes que oferien feia que necessitessin créixer incessantment i construïssin extensions saltant el carrer, servint-se de ponts i passarel·les per connectar una banda amb l'altra, o soterranis sota l'espai públic que pleguessin el nivell pel qual passejaven els compradors, aixecant-lo o enfonsant-lo respecte al pla del terra.

La segona meitat del segle XIX les capitals europees estaven embrancades amb l'enderroc de les muralles, la construcció d'eixamples i la transformació de les ciutats velles. Que els primers grans magatzems apareguessin lligats a les operacions de realineació, reurbanització o esponjament als teixits antics no és casualitat: les inversions particulars s'engegaven en punts on la ciutat tenia projectes a la vista, actuant com a motor de consolidació d'aquestes iniciatives municipals alhora que com a desencadenant d'altres actuacions privades. Els grans magatzems eren projectes de modernització amb capacitat de generar nous centres, amb potencial per convertir-se en atractius d'activitats en carrers i cantonades fins aleshores anònims dins les trames compactes; tot, a partir d'un programa nou nascut de la invenció de la necessitat de mirar i de comprar de manera constant.

Els primers magatzems de novetats que hi va haver a Barcelona serveixen per explicar aquest patró de comportament tant en la relació del creixement de l'edifici amb el teixit de l'entorn com en la seva condició de motor de la transformació urbana: *El Siglo* es van fundar l'any 1881<sup>27</sup> a la Rambla dels Estudis i van impulsar la transformació dels terrenys desocupats per la desaparició del Seminari Conciliar. Deixaven enrere una camiseria sota les porxades de la Plaça Reial per instal·lar-se a la planta baixa del número 5 de la Rambla; pocs anys després van començar a fer-se seu tot l'edifici, afegint a la façana tribunes, tendals i rètols. Entre els anys 1897 i 1907, però, van créixer poc a poc cap a les parcel·les adjacents, exemplificant el model d'extensió pel parcel·lari que va caracteritzar els primers magatzems de novetats francesos tres dècades abans: en aquest lapse de temps van consolidar la façana a la Rambla -ampliant-se a costat i costat, als números 3 i 7-, es van

<sup>27</sup> El primer expedient de l'AMCB (Carpeta 2741 Comisión 4 1186) que fa relació als grans magatzems és de l'abril de 1881 i demana instal·lar un rètol a la façana del primer edifici d'habitatges que ocupen:

"...solicitando permiso para colocar un rótulo y cuatro cuadros anunciadores, en la fachada del Establecimiento casa nº 5 de la Rambla de los Estudios, el primero enfrente del antepecho central del 1er piso y los segundos en los entrepaños o firmes de las aberturas de los bajos."

Al maig 1893 se sol·licita instal·lar una tribuna al mateix edifici (Carpeta R fol 275 Comisión de Fomento 988).

estendre al pati interior de mansana -amb un seguit de patis coberts per lluernes, grans forats que organitzaven l'espai i al voltant dels quals es distribuïen els productes-, van fer créixer i reedificar tres edificis amb façana al carrer Xuclà i van arribar a treure el cap a la plaça del Bonsuccés.

Les parcel·les en joc ocupaven el buit deixat pel Seminari Conciliar, que des del 1877 s'havia convertit en un solar els propietaris del qual es barallaven amb l'Administració per fixar-ne les alineacions a ponent, les corresponents a Xuclà. Un any després van començar-se a construir les cases que farien façana a La Rambla, edificis d'habitatges que acabarien per unir-se al poc de canviar el segle transformats en grans magatzems.

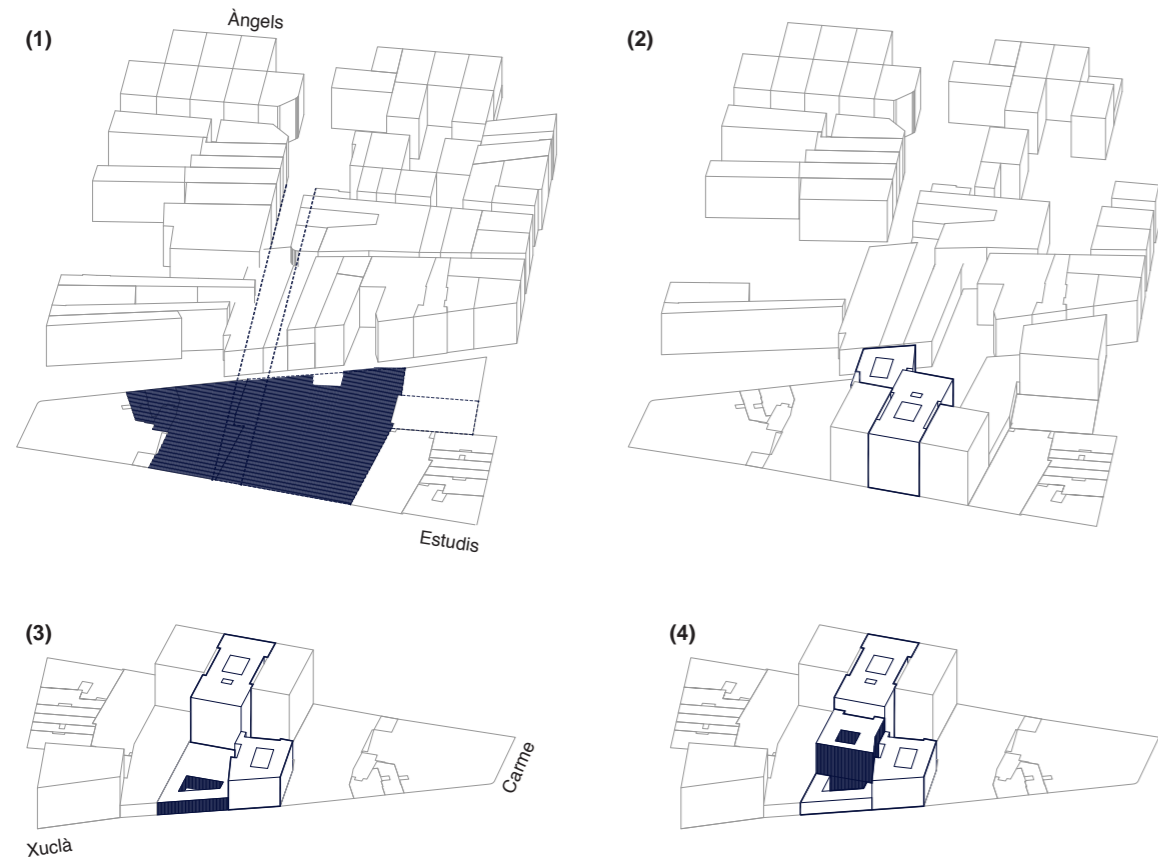
Mentre l'extensió dels grans magatzems a la façana a la Rambla es feia ocupant els edificis de cases construïts al 1878 i amb els quals l'edifici original feia mitgera, connectant-los uns amb altres a partir d'obertures que buidaven només algunes de les crugies a cada planta, el creixement cap a l'interior de la mansana es feia a base de reedificar i fer créixer en alçada les construccions auxiliars als patis interiors, fet que va donar lloc als espais múltiples i als lluernes més majestuosos, i a façanes posteriors amb buits més monumentals.

L'abril de 1897, el pati posterior de la casa al número 5 de la Rambla es va transformar en una construcció amb un espai buit central de quatre plantes d'alçada cobert amb vidre que connectava amb els edificis de Xuclà número 12. Deu anys més tard es va bastir el volum que connectava la parcel·la a la Rambla 7 amb l'edifici a la plaça del Bonsuccés, en un projecte de dues fases que va configurar els *halls* més imponents de l'edifici: de març a setembre de 1907 es van succeir tres projectes que, de manera discontinua, van aixecar cossos des de planta baixa i fins a les tres plantes d'alçada fent front al número 14 del carrer Xuclà.

L'accés a la Plaça del Bonsuccés havia donat una nova dimensió a l'edifici: una entrada domèstica, que vindria a facilitar les tasques de càrrega i descàrrega de mercaderies i desplaçaria de La Rambla l'accés dels treballadors, deixant a la façana al carrer principal la màxima

superfície possible d'aparadors. Les ampliacions i les reedificacions als patis de mansana i al carrer Xuclà van permetre la construcció de soterranis vetats al públic general i destinats al treball intern, la distribució i l'emmagatzematge de productes: creixia l'espai col·lectiu de la botiga al mateix temps que ho feien els seus espais funcionals.

Els canvis se succeïen de manera constant en el temps, les sol·licituds de llicències d'obra s'acumulaven a les oficines municipals i els treballs d'ampliació se solapaven uns amb altres. Les façanes als números 3, 5 i 7 de la Rambla dels Estudis van refer-se només en planta baixa per convertir-se en vitrines protegides amb tendals, però van continuar mantenint la desalineació entre cornises i la diferència d'alçades entre les finestres als pisos; la imatge que transmetien, però, era la d'un edifici únic i monumental, com fet d'una sola tongada, i les diferències entre totes tres cases s'obviaven als dibuixos publicitaris de l'establiment. A l'interior, la Rambla s'amagava també als compradors: les primeres crugies de les plantes pis van mantenir pràcticament intacta la compartimentació dels edificis d'habitatges, i van quedar dedicades al treball intern de la botiga. Mentrestant, darrere, cap al Raval, els magatzems creixien i anaven traient el cap per conquerir de manera discreta més façana i més carrer, i en fer-ho amb construccions noves, podien permetre's un llenguatge que evités els balcons als pisos i imposés obertures de planta baixa més altes i grans: era cap als carrers més estrets, cap a la ciutat més atapeïda, però *El Siglo* buscava significar-se.



(1) **1877:** La desamortització del Seminari Conciliar va deixar expectant solar -la trama de la imatge- amb una façana de vuitanta-tres metres seguits a La Rambla dels Estudis, dels quals els magatzems *El Siglo* n'arribarien a ocupar, creixent mica a mica fins al 1932, cinquanta-cinc -la petjada encerclada pel perímetre a la imatge-.

Simultàniament, la *Casa del Buen Retiro*, es presentava com a únic obstacle d'un carrer de Pintor Fortuny que havia començat a construir-se amb cruïlla amb Doctor Dou i que aspirava a prolongar-se continuant la seva traça fins La Rambla.

(2) **Gener 1897 / Març 1897:** Permis per enderrocar i construir nous envans, i per fer créixer alguns dobles espais i obrir-ne de nous a la casa del número 5 de La Rambla. (Carpeta Rfol 74 Comisió de Fomento 742) / Llicència per convertir un dels balcons de façana al pis principal en tribuna-mirador (Carpeta R fol 275 Comisió de Fomento 988).

(3) **Març 1897:** Pas de PB+1 a PB+2 a Xuclà 10 (Carpeta Rfol 74 Comisió de Fomento 742). La connexió d'aquest volum amb el de La Rambla es va fer a través del pati que es va convertir en el més majestuós de l'edifici, que conduïa les escales principals cap als pisos superiors. L'epicentre de l'edifici s'allunyava de La Rambla però s'avançava a l'evolució de l'edifici i traslladava el pes cap al que seria el seu centre geomètric al cap d'uns anys, una vegada completades les ampliacions.

(4) **Abril 1897:** Pas de PB+1 a PB+4+pis pel porter al terrat, amb pati i claraboia centrals a la part posterior de la finca de La Rambla 5 (Carpeta Rfol 74 Comisió de Fomento 742). D'aquesta manera els dos volums -a Rambla i a Xuclà- es podien passar a connectar de manera més franca que no només el pas pràcticament en aresta que els havia lligat fins aleshores.

(5) **Juliol 1897:** Creixement d'una planta al volum de Xuclà 12, per igualar-lo amb alçada al cos que ocupava el centre de la mansana edificat uns mesos abans (Carpeta Rfol 74 Comisió de Fomento 742).

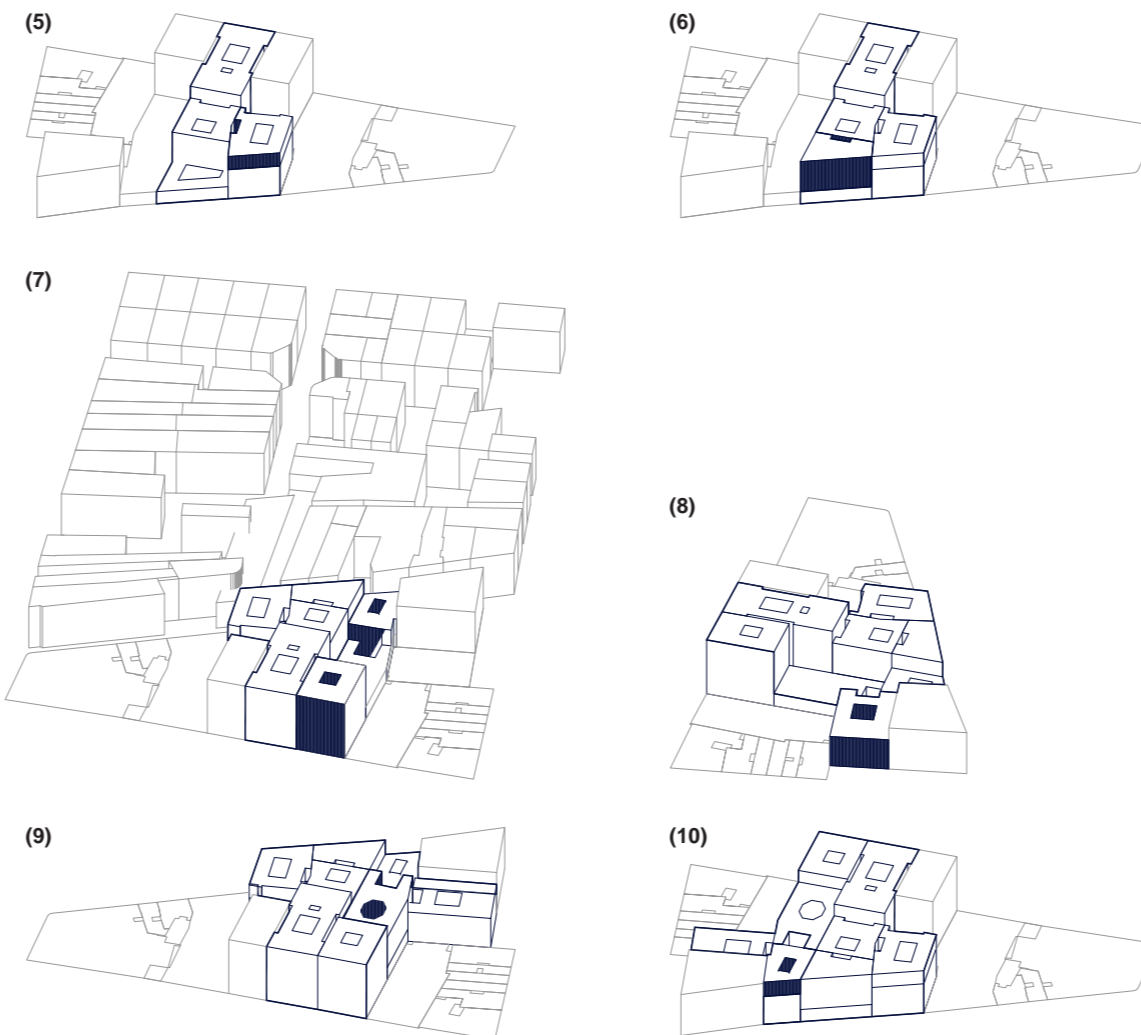
(6) **Març 1899:** Creixement de dues plantes al volum de Xuclà 10. D'aquesta manera, la parcel·la amb façana a la Rambla 5 arribava amb tota la seva amplada i pràcticament tota la seva alçada al carrer de darrere (Carpeta Rfol 74 Comisió de Fomento 742).

(7) **Març 1907:** Incorporació de l'edifici de La Rambla 7. El creixement dels magatzems es fa per primera vegada a la façana representativa de l'edifici xxx, i per primera vegada, amb una parcel·la que des d'inicis lligava els dos carrers.

(8) **Juny 1907:** Incorporació de l'edifici a la Plaça del Bonsuccés. La peça va allotjar en plantes altes les dependències de treball intern, i l'accés des de la plaça es va convertir en l'habitual per als treballadors.

(9) **Setembre 1907:** Permis per completar el volum posterior al centre de la mansana de l'edifici de La Rambla 7. D'aquesta manera es feia possible la connexió des de les plantes altes de l'edifici original amb la peça a la plaça (Exp. Rfol 167 Núm 309 (7p)).

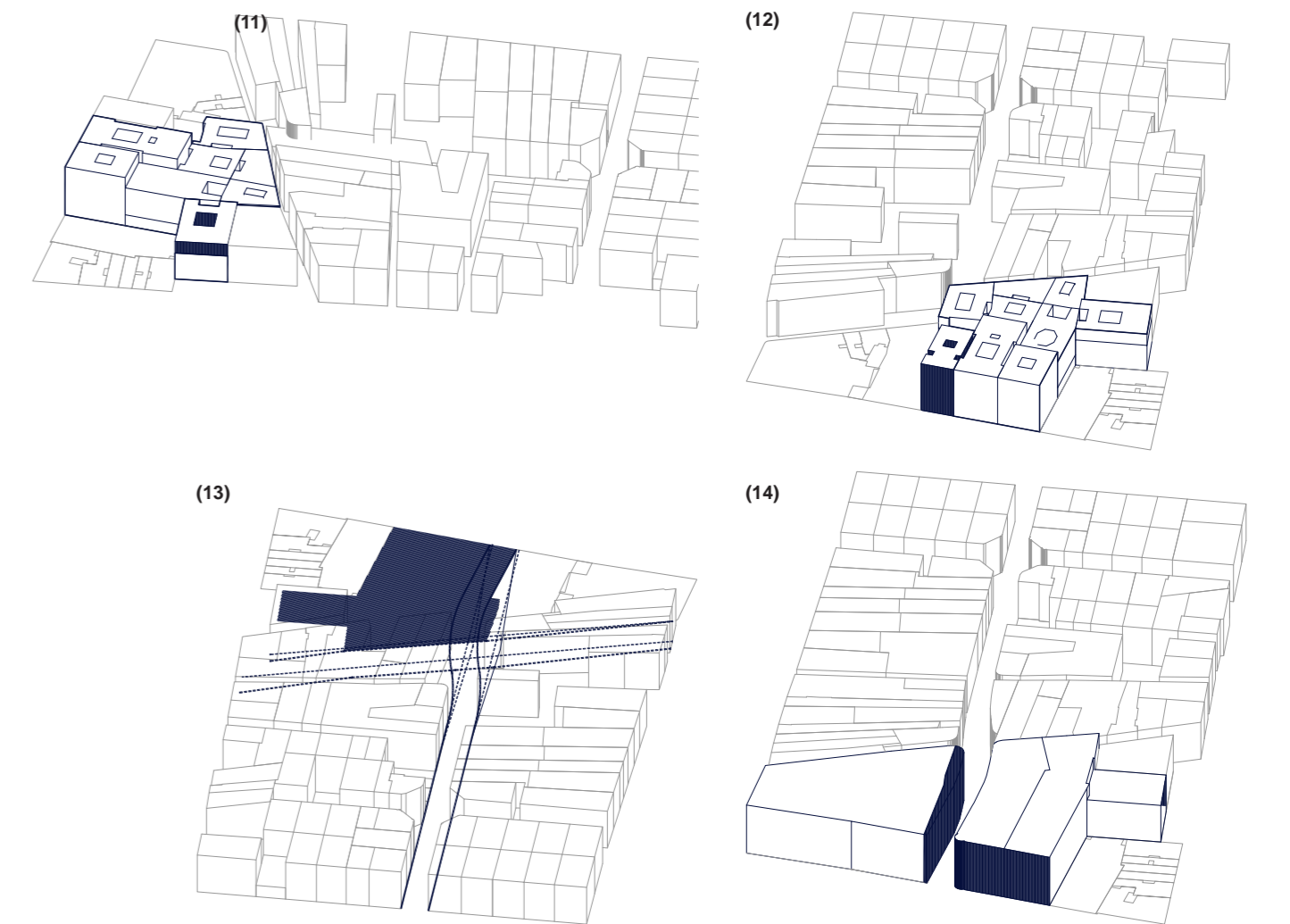
(10) **Setembre 1907:** L'edifici a Xuclà 8 creixia en alçada de manera que s'igualava la cornisa de l'edifici al carrer posterior. La façana, tot i ser a un carrer estret i amb poca perspectiva obliqua, podia refer-se a partir d'aquell moment de manera unitària.



(11) **1913:** El cos a la Plaça del Bonsuccés passava a tenir una planta més, i s'igualava en alçada amb els volums a La Rambla (Exp. Rfol 203. Comisió Fomento Núm 929).

(12) **1925:** Es va incorporar als magatzems l'edifici a La Rambla 3, de manera que la unió amb el volum a Xuclà 12, que havia format part de la botiga des dels inicis, passava a ser més directa.

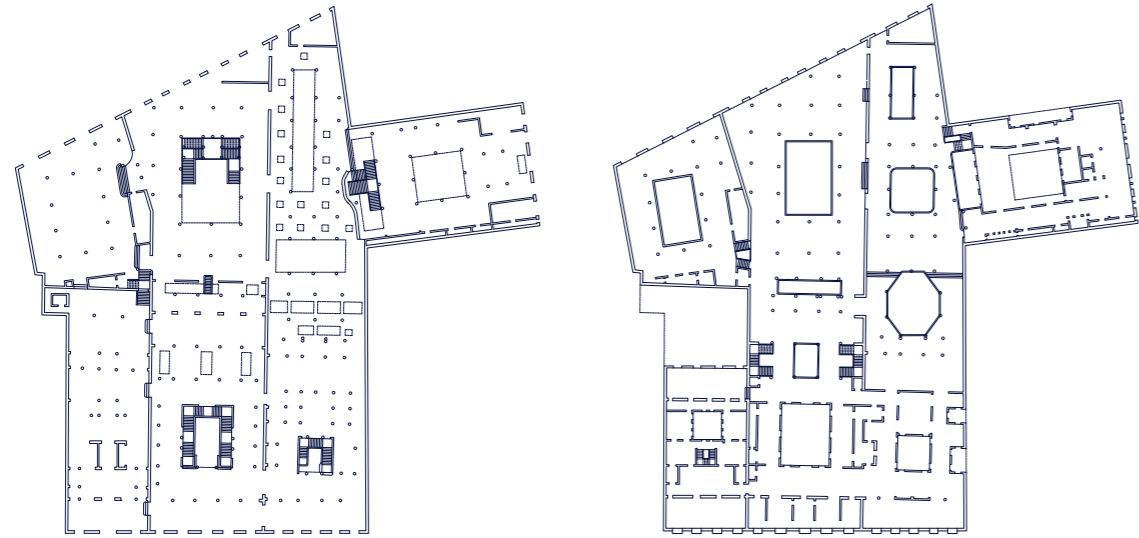
(13-14) **25 de desembre de 1932:** L'incendi dels magatzems va deixar un solar -en trama gris a la imatge- que permetia l'obertura definitiva del carrer Pintor Fortuny sense expropiacions ni enderrocs. Un canvi de direcció en el seu traçat que respectava l'embocadura perpendicular a La Rambla i permetia que l'edifici del *Banco Hispano Colonial* pogués incorporar a la seva parcel·la una llesca estreta que podia convertir en façana cap al nou carrer. La Rambla guanyava dos nous edificis en cantonada.





< **IMG 3.2.1: Anatomia d'un paisatge urbà (01) / Reconstrucció cronològica del creixement volumètric dels magatzems de novetats *El Siglo*.** La botiga es va anar formant poc a poc a la mansana compresa entre la Rambla dels Estudis i els carrers de Bonsuccés, Xuclà i Carme, a partir de sumar l'edifici al número 5 de La Rambla dels Estudis i 10-12 del carrer de Xuclà -entre març i setembre de 1897-; el número 7 de la Rambla, el 14 de Xuclà i la Plaça de Bonsuccés -entre el 1907 i el 1913-; i el número 3 de la Rambla al 1925.

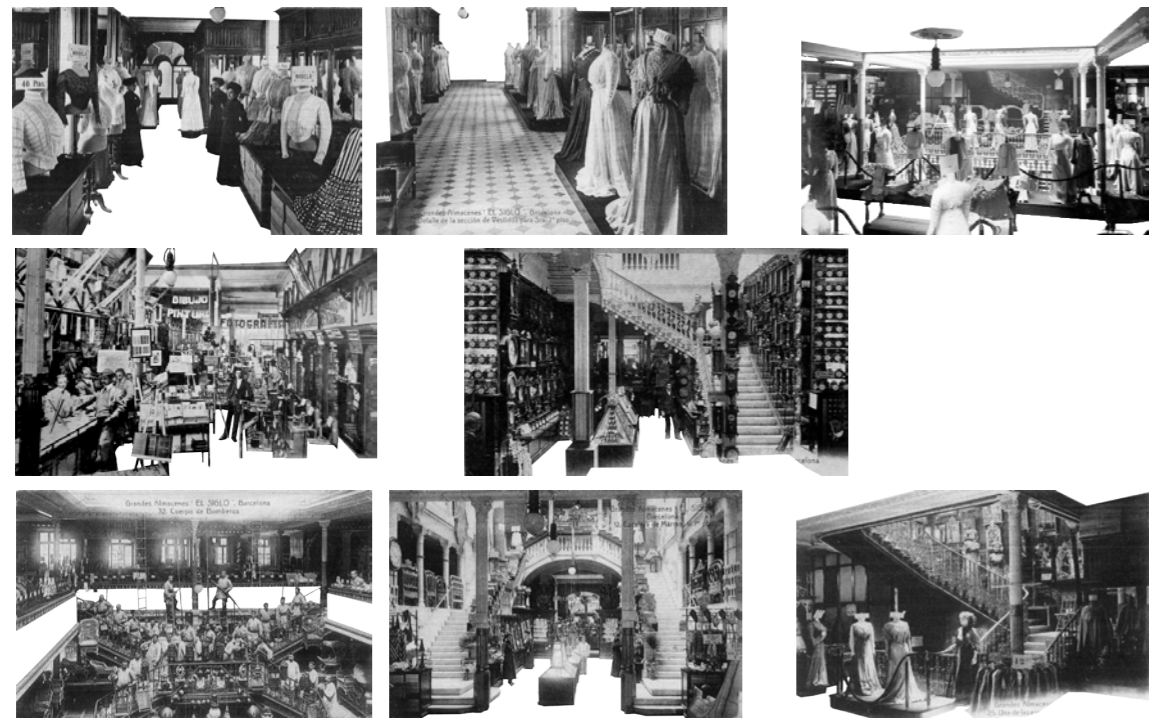
Font: Elaboració pròpia a partir de les memòries dels expedients a l'Arxiu Municipal Contemporani citats al peu de cadascuna de les fases d'extensió reproduïdes.



**IMG 3.2.2: Anatomia d'un paisatge urbà (02) / Planta baixa i tercer pis dels magatzems de novetats El Siglo.**

El creixement constant de l'edifici va donar lloc entre unes peces i altres del trencaclosques als *halls* interiors de distribució entre departaments. Només dos dels tretze patis interiors arribaven des de la coberta a la planta baixa amb secció contínua; la resta quedaven interromputs abans o variaven la seva secció en algun punt. Quinze patis addicionals més menuts de ventil·lació, que aprofitaven els preexistents dels edificis, acompanyaven escales o serveis. En l'escassa alçada dels espais de venda i en l'abigarrament dels productes exposats es feien evidents les dificultats d'aprofitar una estructura pensada per a habitatges. Els serveis de personal van situar-se a les plantes altes fent façana a la Plaça del Bonsuccés; els tallers de confecció i oficines a les primeres cruïlles de les plantes altes dels edificis a La Rambla. L'espai de venda estava abocat a l'interior, a les visuals obliques a través dels espais múltiples, sense quedar compromès per la domesticitat de la façana al carrer.

Font: Plantes, elaboració pròpia a partir dels plànols de seguretat contra incendis de l'edifici a l'expedient 6192 de desembre de 1930, AMCB.; imatges a a partir de l'edició de les postals a *Catàleg de targetes postals de Barcelona A.T.V.*, E.Boix ed.



L'aspecte d'*El Siglo* a la façana de La Rambla (^ <) era el de la suma d'edificis d'habitatges entre el *Banco Hispano Colonial* -que fa mitgera a l'església de Betlem- i la Reial Acadèmia de Ciències. Els aparadors en planta baixa eren l'element únic de continuïtat real: als inicis, formats per vitrines de fusta i vidre adossades a les obertures existents, més tard van alliberar-se de l'ornamentació i es van convertir en forats regulars sobre un pla de revestiment llis. Tendals i vitrines en planta baixa i tribunes en planta pis van ser els primers afegits que van servir perquè l'edifici emmascarés la seva domesticitat. Tal i com passa amb les imatges de la façana a la plaça del Bonsuccés (^) i al carrer de Xuclà (^ >), mostren com tot i que les obres de reforma se succeeixen de manera continuada, els edificis no feien visibles les fases intermitges de transformació que patien de manera continuada.





**IMG 3.2.3:** Cruïlla Dou-Pintor Fortuny i petjada dels magatzems *El Siglo* damunt el plànol de la ciutat de Garriga i Roca (1862) -amb el Seminari Conciliar i la *Casa del Buen Retiro*- i del *Pla d'obertures a Ciutat Vella* de Josep Baixeras (1888) -la Via C proposada se superposava a la traça del carrer del Carme, i el creixement en eixample continuava cap al nord fins al mercat de la Misericòrdia, que completava el de Sant Josep, mutilat per la nova Via C-.

### L'obertura d'un carrer

Cinquanta anys més tard que s'obrí el carrer Ferran, el primer que havia de permetre recórrer transversalment Ciutat Vella però també el primer de Barcelona pensat per al comerç,<sup>28</sup> a l'altra banda de la Rambla, a ponent de les parcel·les que poc més tard ocuparien els magatzems de novetats *El Siglo*, s'havia començat a construir una cruïlla aixamfranada al centre del Raval, a l'encreuament de dos carrers encara més amples -9 metres de Ferran per 12 tant de Pintor Fortuny com de Doctor Dou-.

Amb l'inici de la construcció de l'Eixample, havia començat també la discussió sobre el trasllat de la Universitat, que havia ocupat provisionalment l'antic Convent del Carme. La seva ubicació definitiva sobre la nova Gran Via<sup>29</sup> l'edifici que Rogent havia projectat per als terrenys del Raval finalment començar a construir-se a l'Eixample al 1863- i el trasllat del Jardí Botànic alliberaven uns terrenys que ràpidament van ocupar-se: a ponent, a partir dels carrers de cases que fan la cruïlla de Doctor Dou -que no s'obriria a Elisabets fins al 1914- i Pintor Fortuny; a llevant amb les edificacions que van adossar-se a l'Església de Betlem i van marcar l'alineació de la Rambla oberta amb l'enderroc de la muralla un segle abans.

La cruïlla es va col·locar seguint la directriu del carrer del Carme, que havia manat en el projecte del convent, i va ser la mateixa que Baixeras proposaria al projecte de Reforma de Barcelona de 1888 per

<sup>28</sup> De Solà-Morales (2008) explica que la innovació a Ferran va consistir a pensar per primera vegada en el carrer i les cases que hi feien façana com a objecte, quan fins aleshores s'havien agrupat de manera accidental. Va ser el primer carrer de Barcelona on les façanes i les plantes baixes formaven part del projecte de carrer.

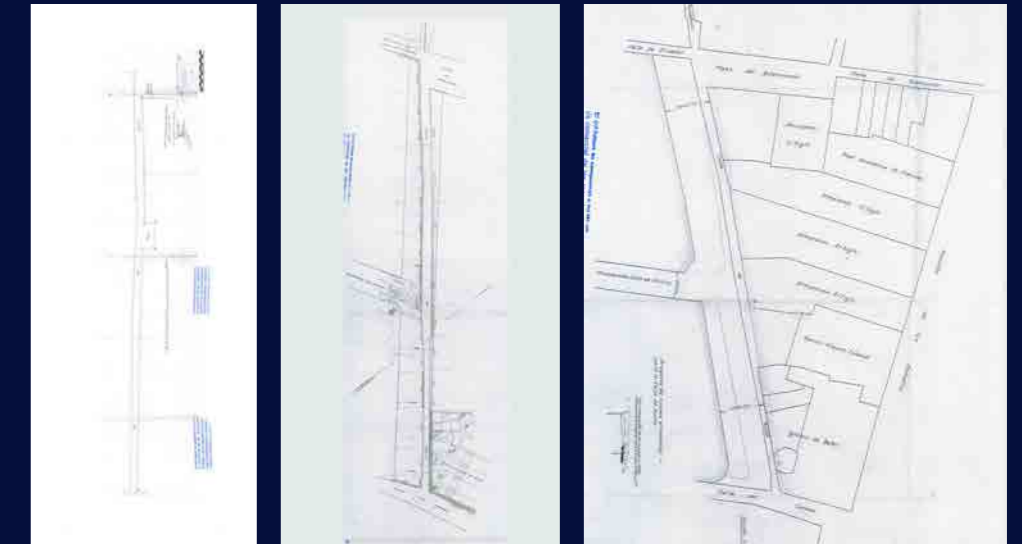
<sup>29</sup> Els serveis tècnics de l'Ajuntament, tan bon punt es va decidir que la nova Universitat havia de quedar a tocar de Ciutat Vella, especialment per afavorir que els estudis de Medicina quedessin a prop de l'Hospital, es van decantar per la posició sobre la Gran Via -a les mansanes que Cerdà va numerar com a 28 i 30- i van desestimar l'alternativa que la situava al capdamunt de La Rambla, sobre la petjada de l'antiga porta d'Isabel II.

a la Via B, unint la Universitat i les Drassanes, amb una traça i una amplada que avui es mantenen al carrer dels Àngels, entre Elisabets i Carme. Baixeras implementava el conjunt, afegint una nova cantonada aixamfranada a nord, fent porta a un mercat de nova planta projectat damunt la petjada de la casa de la Misericòrdia, que substituiria el de la Boqueria, aixafat per la traça de la Gran Via C del pla.

El model on s'emmiralla aquesta encreuament de xamfrans és el nou eixample Cerdà que està naixent a tocar de la traça de les antigues muralles. Són sis-cents metres de carrers que connecten amb artèries menudes del Raval, però que tot i així es componen amb edificis de quatre plantes d'habitatges amb plantes baixes amb grans aparadors destinades a botigues i magatzems. Representen la ciutat moderna, amb les seves noves necessitats, a l'interior de la ciutat antiga. De Solà-Morales (2008) explica l'efecte que Ferran havia tingut anys abans en obrir-se al gòtic: "Disposar els baixos comercials era una nova façana de representació de cara a la ciutat, lloc per a un ús urbà que no existia i una nova activitat econòmica dels botiguers; però també tenia sentit com a espai representatiu, com a espectacle. (...) els baixos oberts corresponen a la nova visió del carrer com a front de botigues, com a àmbit públic on el comerç i la compravenda prenen una dimensió de protagonisme, a la ciutat central. La ciutat del consum individual, que s'insinua amb les classes riques que fan de la compra el festival de la sociabilitat, i el confort dels carrers de botigues (la moda, els llums, l'animació quotidiana, la imatge del servei immediat, les voreres protectores) s'identifica amb la màxima urbanitat".

La falta de connexió amb els fluxos globals de la ciutat va fer que els propietaris de les parcel·les, al mateix temps que demanaven llicències i començaven a edificar, s'associessin i s'impliquessin en els processos d'obertures viàries dins el sector. Els intents per obrir el carrer Pintor Fortuny fins la Rambla dels Estudis, cap a llevant, i connectar-lo amb Peu de la Creu, en direcció ponent, se succeïen, i la proximitat dels grans magatzems *El Siglo*, que actuaven com a motor per a l'activació d'un sector fins aleshores ocupat per artesans i tallers i que s'entienien com el màxim símbol de modernització de ciutat vella, s'aprofitava com a argument per a les reivindicacions dels propietaris.<sup>30</sup>

La prolongació del carrer del Pintor Fortuny més enllà de les quatre mansanes entre el carrer dels Àngels i el del Notariat topava amb l'obstacle de la *Casa del Buen Retiro*, que feia façana a Xuclà<sup>31</sup> i es disposava en una parcel·la llarga i estreta que seguia la directriu del carrer. Amb l'enderroc d'aquest edifici als voltants de 1920 va executar-se una primera fase de la prolongació del carrer; per fer-lo arribar fins La Rambla s'haurien d'esperar quinze anys més.



^ **IMG 3.2.4:** Propostes de realiniació del carrer Xuclà:

Les propostes acompanyaven els expedients d'obertura de Pintor Fortuny. Dibuixos de 1877 (exp.1006), de novembre 1914 (exp. 5348 1916) i juny 1929 (exp. 2510 1929).

< **IMG 3.2.5:** Propostes de prolongació del carrer Pintor Fortuny:

Diferents propostes d'aliniacions del carrer de 1877, (Exp. 1006), de juliol 1916 (Exp. 5348 1916), de març 1920 (Exp. 5348 1916) i de març 1933 (Exp. 243 1933), aquest darrer ja sense els magatzems.

v **IMG 3.2.6:** Projectes de cases al carrer de Doctor Dou:

Alçat i plantes baixes de les cases als números 4 (1875, exp. 553-E), 14 (1877, exp. 225-G), 11 (1878, exp. 624-H) i 1 (1881, exp. 633-K), que es construeixen al mateix temps que *El Siglo* es va ampliant i que se succeeixen les propostes d'obertura del carrer Pintor Fortuny fins a La Rambla.

Font: AMCB



**30** Per exemple, a la sol·licitud de llicència de construcció d'una casa al número 3 de la Rambla dels Estudis, a l'expedient d'iniciativa privada (878-H de l'AMCB), el 31 de gener de 1879, s'adjunta una petició dels veïns per tirar endavant l'obertura de Pintor Fortuny fins a la Rambla :

“(…) Los abajo firmados propietarios de terrenos y casas con fachada a la calle de Fortuny a V.E con el debido respeto esponen:

Que desde el año 1872 en que empezaron a adquirir los terrenos que hoy poseen y en los cuales casi todos los esponentes han edificado ya sus fincas, abrigaron la esperanza de que las mismas quedarían emplazadas en una calle de moderna construcción, esto es, de mejor aspecto y mayor belleza que las antiguas; pero temen que estas esperanzas desaparezcan si ese Excmo. Ayuntamiento no protege los intereses de sus administrados, y no los encauza hemanándolos con el interés público.

Hoy que esa Excma. Corporación se está ocupando en la apertura de grandes vías, ¿sería justo dejara olvidadas las que tiene ya en construcción?, ¿sería legal que los intereses creados se pospusieran a los que se han de crear aún? ¿Sería equitativo dejar abandonada una calle como la de Fortuny de doce metros de anchura abierta en una extensión de unos ciento cincuenta metros, para acometer otras nuevas empresas?

Es por estas razones que los recurrentes se acercan a esta Excma. Corporación exponiéndole que para llevar a cabo la apertura de la calle de que se trata hasta la Rambla de los Estudios, solo hay de por medio la Casa Retiro de mujeres, que mejor estaría situada en otra parte que en el centro de la población y parte del terreno del derruido Seminario.

La V.E. comprenderá que estos han de ser obstáculos de poco bulto para que deje de llevarse a su terminación una mejora de tanta importancia. (...)”

A partir de 1912 se succeeixen els estudis des de l'Ajuntament per fer possible l'obertura, i se sumen a les peticions privades els expedients, aquesta vegada públics, amb alternatives de projectes d'alineacions del carrer Pintor Fortuny –sempre plantejats en dues fases: fins a Xuclà, com a primer pas possibilista, i fins a La Rambla, amb un horitzó més incert-, com aquest de juliol de 1916 (5348 1916 de l'AMCB), on la posició dels magatzems *El Siglo* es veu com un condicionant a la traça d la prolongació del carrer:

“(…) Desde mediados del año mil novecientos doce la Ilustre Comisión de Fomento se preocupa de dar solución del problema desde largos años planteado de dar salida a la calle del Pintor Fortuny cuya importancia requiere que no se demore tan evidente mejora.

El primer proyecto lleva la fecha de siete de noviembre de aquel año y la prolongación alcanzaba solamente hasta la calle de Xuclà; discutido en el seno de dicha Comisión en trece del propio mes se acordó extender el proyecto hasta la Rambla de Estudios y al efecto una Sección facultativa trazó el plano de fecha treinta y uno de marzo de mil novecientos trece que estudiado por la Comisión hubo de comprender las dificultades que de momento ofrecía la ampliación dada la importancia de las edificaciones afectadas, por lo que se desistió de dicha ampliación y se acordó exponer al público el de prolongación de la calle de referencia hasta la de Xuclà de fecha siete de noviembre

&gt;&gt;

&lt;&lt;

de mil novecientos doce. (...) Es indudable que la ampliación del proyecto con el de ensanche de la calle del Peu de la Creu mejora notablemente las condiciones de la de Fortuny que la convertirá en una de las más hermosas y útiles de la Ciudad y aminorará los obstáculos que respecto al tránsito público ofrece la del Carmen.

(...) Resta explicar el resto del proyecto o sea los dos trechos que median entre la calle de Xuclà y la Rambla y el de la calle de los Ángeles a la de Riera Alta pues aunque con diversas denominaciones deben considerarse como una sola vía. Si bien el primer trayecto no debe alcanzar una longitud de setenta metros es sin embargo el de más difícil realización por la importancia de los edificios que afecta principalmente por la parte de la Rambla; desde luego tendrá que desaparecer la casa número tres que si bien no es toda necesaria hay que reconocer la dificultad de sacar partido de la parte que restará por sus escasas dimensiones y forma irregular y sin embargo esta parte del solar unida al edificio que ocupa los "Almacenes del Siglo" puede recompensar en gran parte el coste de la expropiación por ser de un valor extraordinario para aquellos Almacenes la adquisición de la parcela con su extensa fachada. Otro edificio importante a ocupar es el que ocupa el "Banco Hispano Colonial" del cual tendría que segregarse una porción triangular cuyas cotas son cero en la fachada y ocho metros en el fondo; tal vez en esta segregación mejoraría las condiciones interiores del edificio que recibirían gran cantidad de luz por la nueva calle, de manera que las dificultades si bien existen vienen en parte disminuidas por las ventajas de que se ha hecho mérito. Los edificios que lindan con la calle de Xuclà no ofrecen ya tanto inconveniente y para ellos sería una mejora de consideración sustituir sus fachadas a aquella angosta calle por las que podrían construirse sobre una nueva vía. Esta parte del proyecto que a primera vista parece irrealizable a medida que se estudia y se pesan los inconvenientes y las ventajas se hace más aceptable y hasta concebible cierta facilidad de realización.

En cuanto al tercer trayecto o sea el que media entre las calles de los Ángeles y Riera Alta no ofrece más dificultades que las que nacen de la especial realización de estos proyectos, eso es de ejecutarlos a medida que van entrando en línea las casas que tienen que ser reconstruidas lo que exige muchísimos años por más que se trate de edificios que ya llevan largo tiempo de existencia."

**31** A partir de 1877 totes aquestes propostes -tant d'iniciativa pública com privada- per enllaçar Pintor Fortuny amb La Rambla o amb Xuclà van dur sempre implícita la reflexió sobre la necessitat de realineació del carrer Xuclà. A Pintor Fortuny, les propostes anaven sempre lligades a la voluntat de connectar Xuclà amb la Rambla en algun punt intermedi entre Elisabets i Carme, moltes vegades seguint la traça del tram de carrer existent –aleshores interromput en arribar al solar de la *Casa del Buen Retiro*-, i d'altres, totalment alienes a l'estructura del teixit adjacent.

Aviat es va demanar que a Xuclà no tan sols es fixessin les alineacions, sinó que se'n projectés un eixamplament, que obeïa a raons higièniques –al principi- o d'adequació al trànsit rodat –anys més tard l'argument principal per al projecte era que facilitaria la descongestió de La Rambla-, i els diferents assajos sobre el nou traçat venien a emparar-

&gt;&gt;

&lt;&lt;

se en la memòria del lloc que suposava la petjada que havia estat accés posterior al Seminari, que una vegada enderrocà i tot i estar sobre sòl privat, l'Ajuntament va tractar de consolidar sense èxit. El Pla Vilaseca de 1930 va proposar una intervenció més dràstica com a complement per a la circulació de vehicles al centre històric de la ciutat, refent la seva façana a ponent i mantenint la més propera a La Rambla, més consolidada, la dels grans magatzems.

Mentrestant, les cases que es van anar refent mantenien l'amplada de Xuclà a 4 m, com és el cas de les ampliacions de El Siglo als números 10, 12 i 14 del carrer. En buidar-se els terrenys ocupats pel Seminari, s'havien succeït les propostes individuals per conformar les noves alineacions, les discussions per quins havien de ser els punts de referència per les noves traces. El pla de Darder al 1918 va ser el primer document oficial que va recollir oficialment aquesta proposta, encara que només en el tram que unia Fortuny i Carme -la cantonada ponent-levant de Xuclà amb Fortuny, la placeta davant l'escultura del pintor, n'és conseqüència-

La presència dels grans magatzems es va traduir en una major atenció als carrers de l'entorn i en una millora de les seves condicions, i es va començar a fer servir com a mesura de pressió per part dels propietaris cap a l'Ajuntament per tal d'exigir-ne l'eixamplament. És de destacar com als expedients particulars d'enderroc i reedificació de les parcel·les de l'àmbit, la confusió sobre quines són les línies oficials vàlides és gran, i de nou els magatzems El Siglo juguen un paper determinant, en ser entesos com un punt inamovible de la geografia urbana. Com per exemple, a l'expedient 2510 1929 de setembre de 1929, relatiu a dues parcel·les al carrer Xuclà:

"Excelentísimo señor:

Don Antonio Malvey y Galup (...) obrando como Apoderado de la Compañía General de Tabacos de Filipinas, Sociedad anónima domiciliada en Barcelona, Rambla de los Estudios nº1, a V.E. Con el debido respeto expone:

Que con fecha 13 de junio ppdº, se presentó por dicha Compañía General de Tabacos de Filipinas, al Excmº Ayuntamiento, una solicitud y planos para el derribo de dos casas en la calle de Xuclà nº 8 y 8 bis y para la edificación en el solar resultante, de un nuevo edificio para los servicios de la citada Compañía. Al proyectar dicho edificio se trazó dicha fachada con una alineación que se ajustara a la máxima conveniencia pública, evitando resaltes y rincones, que siempre lo serian de inmundicias. Para este trazado se tuvo en cuenta, que allí existen dos puntos inamovibles, que son, por una parte la Iglesia de Belén y por la otra, las obras de nueva planta construidas recientemente para los Almacenes "El Siglo". Uniendo pues estos dos puntos extremos, resulta la línea continua, por nosotros propuesta. El infrascrito pues, teniendo en cuenta que no se trata de adquisición ni pérdida de superficies, sino de dejar una línea que resulte razonable y ventajosa en todos conceptos,

SOLICITA DE V.E.

que sea aprobada definitivamente, la línea por esta compañía proyectada (...)"

El 1932 es van incendiar els grans magatzems *El Siglo*, que havien quedat entre l'edifici del *Banco Hispano Colonial* -construït al 1877; després passaria a mans de la *Companyia de Tabacs de Filipines*- i la Reial Acadèmia de les Ciències -anterior a 1878-, i van alliberar un solar de més de 5.600 m<sup>2</sup>. Aquest fet va desencallar les discussions entorn a les alineacions del carrer Xuclà i va permetre finalment l'obertura del carrer Pintor Fortuny a la Rambla dels Estudis, cinquanta anys més tard que se n'hagués començat a parlar. El final del traçat es va adaptar a la geometria del buit, i va aparèixer una inflexió al cap del carrer que permetia una entrega perpendicular a l'eix de La Rambla<sup>32</sup> i evitava els conflictes amb les construccions que havien deixat vistes les mitgeres a banda i banda del nou solar. Una forma de comerç com a escenari d'una tragèdia urbana, uns magatzems que van passar a formar part del paisatge imaginari a la ciutat: la inflamabilitat del què s'hi venia, la volatilitat dels qui hi compraven, es materialitzen; el lloc va prendre la teatralitat a la qual estava destinat.

El projecte d'obertura de Pintor Fortuny anava acompanyat amb la redacció d'unes ordenances que regien el tram curt de carrer des de Xuclà fins a La Rambla, que tot i que no consistien en un projecte unitari de composició de façanes, sí que obligava als propietaris a presentar projectes de conjunt.<sup>33</sup> El desajust de 30 cm entre el traçat del nou vial i el parcel·lari van permetre als propietaris de la *Companyia de Tabacs de Filipines* -seu de l'actual *Hotel 1898*- fer-se amb una llesca residual del solar per obrir façana al nou carrer i convertir el seu edifici en una cantonada.<sup>34</sup> A l'altra banda del cap de carrer, a la cruïlla oposada, s'hi construïren, anys més tard, les Galeries Manila.<sup>35</sup>

**32** Al març 1933, tres mesos després de l'incendi, ja quedava aprovat el projecte de noves alineacions i s'engegaven les expropiacions per fer l'obertura possible (exp. 243 1933 AMCB):

"(...) La apertura de la calle de Fortuny era uno de los problemas que desde largos años venía siendo objeto de estudio por parte de todos los Ayuntamientos. Su continuación hasta la Rambla ofrecía un grave inconveniente, cual era la existencia de los grandes almacenes de El Siglo que ocupaban la parte vial de dicha calle entre las de Xuclà y la Rambla de los Estudios. El desgraciado incendio de dichos almacenes ofreció una ocasión propicia para llevar a la realización del proyecto de referencia.

La Alcaldía de Barcelona encargó en Junio próximo pasado al Arquitecto Jefe Adjunto del Servicio de Edificios Administrativos, por mediación del Consejero Regidor de Urbanización y Ensanche la formalización del correspondiente Proyecto para la prolongación de la mencionada calle hasta la Rambla de los Estudios.

(...) en sesión de 27 de agosto de 1934 aprobó definitivamente dicho proyecto de apertura de la calle de Fortuny hasta la Rambla. Aprobado el proyecto se procedió siguiendo los trámites legales a la confección y aprobación de un presupuesto

&gt;&gt;

&lt;&lt;

extraordinario para la realización de dicha obra incluyéndose en el mismo como principal ingreso el correspondiente a la contribución especial de mejoras. Dicho presupuesto fue debidamente aprobado y autorizado por la Superioridad.

(...) todo proyecto de urbanización lleva como consecuencia la declaración de utilidad social de la obra aprobada, se procedió a requerir a los propietarios de las fincas expropiables para que en cumplimiento de lo preceptuado en el artículo 108 de dicho Reglamento formularan la correspondiente proposición de precio de las fincas de su propiedad.

Dicho requerimiento se hizo a los Sres. Gerentes de la S.A Grandes Almacenes El Siglo propietarios de las fincas número 3, de la Rambla de los Estudios y 10 de la calle de Xuclà, que constituyen en la actualidad unos solares a causa del incendio que destruyó las edificaciones sobre los mismos existentes.

(...) Previos los informes correspondientes de la Oficina del Patrimonio Municipal referentes a la titulación y cargas que pesen sobre las fincas se ha procedido ya al pago y firma de la correspondiente Acta con los Sres. adjudicatarios de los solares correspondientes a los Grandes Almacenes del Siglo S.A. y con la Caja de Pensiones para la Vejez, estando pendientes de este último requisito las fincas propiedad de la Sra Colombier y del Sr Lleó.

Ocupadas las fincas se ha procedido ya a la apertura, realizándose en la actualidad las obras de urbanización, de la nueva calle entre las Ramblas y Xuclà y adjudicando el derribo de la finca que fue de la Caja de Pensiones y que en su totalidad quedará destinada a vía pública."

**33** "Amb motiu de l'obertura de la prolongació del carrer del Pintor Fortuny, especialment en el que es refereix al tros comprès entre el carrer de Xuclà i les Rambles, es presenta el problema que apareix a totes les grans ciutats quan, per la construcció de noves vies a l'interior de les mateixes, o pel derroc d'illes senceres, es tracta de bastir nous edificis.

En tals casos, la municipalitat es troba sempre en el dilema de deixar lliurement a la iniciativa particular, la composició de les façanes de les noves construccions o bé fixar concretament un model d'edifici obligatori per a tots els de l'illa del carrer o de determinades parts del mateix.

Ambdues solucions tenen les seves avantatges, però no estan desproveïdes d'inconvenients. En el primer cas, l'excés de llibertat de composició, produeix una certa anarquia incompatible amb tota monumentalitat de conjunt, màxim quan es produeixin la parcel·lació dels grans solars, convertint-se les parcel·les resultants en llenques d'estreta façana, com a conseqüència d'un preu unitari alt, degut al seu emplaçament. I això que en certs llocs és tolerable, precisament en aquests emplaçaments d'alt preu unitari de solar, per tractar-se de vies privilegiades de la Ciutat o molt pròxims a elles, per raons de visualitat, és inacceptable. Basta examinar uns quants llocs de l'Eixample de Barcelona i altres vies importants per convence's de l'exactitud del que es deixa dit. L'únic avantatge que presenta aquest procediment, d'ordre exclusivament particular, es la de que cada propietari tingui una major elasticitat en la composició interior de l'edifici, que calgui acusar exteriorment a la façana.

&gt;&gt;

&lt;&lt;

En el segon cas, al fixar l'Ajuntament un model de façana, sense poder tenir en compte el futur parcel·lament dels grans solars, poden produir-se lesions als particulars que no vinguin suficientment compensades pels beneficis d'interès públics obtinguts.

Al marge de les dues solucions apuntades, n'existeix una tercera d'intermèdia que tal vegada, acobla els avantatges de les primeres, disminuint al mínim llurs inconvenients.

Consisteix aquesta en que l'Ajuntament obligui als propietaris que tractin d'edificar, a presentar els projectes de composició del conjunt de totes les façanes del carrer, tros o illa, donant vista als altres propietaris afectats del projecte que l'Ajuntament accepti i una vegada no es presentin reclamacions, o sien aquestes desestimades, es declari l'obligatorietat del tipus, i a ell hagin de subjectar-se posteriorment totes les construccions del carrer, tros o illa corresponent.

Pel cas concret del tros del carrer de Fortuny, comprès entre el carrer de Xuclà i les Rambles, són moltes les raons que abonen l'adopció d'aquest procediment. En primer lloc, cal remarcar la importància de l'emplaçament i la seva visualitat des de les Rambles, la perspectiva de les quals, per tractar-se d'una via tan important i característica de la nostra Ciutat, precisa cuidar meticulosament. En segon lloc, el fet de què en un costat del carrer existeixi una sola propietat i a l'altre solament dues, facilita enormement aquesta solució, sense que els interessos particulars actuals, puguin sortir-ne ressentits. En tercer lloc, en el cas que s'estudia, aquesta solució no presenta cap problema de rasants, ja que la del carrer Fortuny en aquest tros, no té desnivell que la dificulti. I per últim, en quart lloc, val la pena d'aprofitar aquesta ocasió única que es presenta per fer un assaig en tal sentit, del que ha donat un resultat tan excel·lent a les principals poblacions del món, on hi ha illes i fins barris sencers construïts sota un mateix patró, ço que produeix una grandiositat de conjunt, impossible d'assolir amb el fraccionament de façana, a què condueix l'absoluta llibertat de composició individual.

Com a resultat de l'abans exposat, a continuació es concreta el mecanisme de la solució aconsellada, en el següent projecte d'ORDENANÇA:

Article 1r.- Aquesta Ordenança especial d'edificació regirà per totes les façanes dels edificis amb front al carrer de Fortuny, entre el carrer de Xuclà i les Rambles.

Art 2n.- Els propietaris de cada costat de carrer que vulguin construir un edifici o efectuar qualsevol obra que afecti a la façana de l'esmentat carrer, en el tros indicat, hauran de presentar a aprovació de l'Ajuntament, mentre no existeixi ja model aprovat, no solament el projecte corresponent a la façana de l'edifici interessat, sinó el del conjunt de façanes del costat del carrer on ella radiqui, tractat com si l'esmentat conjunt constituís un edifici únic, amb sujecció, en quan a alçàries i altres mides, a les disposicions de les Ordenances Municipals, junt amb una Memòria justificativa.

Art 3r.- L'Ajuntament, previ informe facultatiu del servei Tècnic d'Edificació Particular, acceptarà o no, en principi el projecte de façanes presentat, o triarà el que cregui més adient, cas de presentar-se varis, podent rebutjar-los tots.

Art 4rt.- Si el projecte o projectes fossin rebutjats, els propietaris podran presentar-ne d'altres, fins a obtenir llur aprovació. Si, pel contrari, algun projecte fos acceptat en principi per l'Ajuntament, es donarà vista del mateix als altres propietaris de les finques,

&gt;&gt;

&lt;&lt;

directament afectades, als efectes de reclamacions, les quals seran informades pel Servei d'Edificació, i resoltes, sense apel·lació, per l'Ajuntament.

Article 5è.-Una vegada aprovat per l'Ajuntament el projecte de façanes d'un costat del tros de carrer indicat, tots els altres projectes que es presentin, s'hauran de subjectar a l'indicat model, no tolerant-se altres modificacions distintes d'aquelles de detall a que les mides de les finques forçosament obliguin." (Exp. 187 1934, març 1935)

**34** "En virtut d'ordres rebudes de la Superioritat ha sigut formulat l'adjunt projecte d'Obertura del carrer de Fortuny fins a la Rambla en el qual hi estan assenyalades totes les finques afectades. Dit Projecte compren també el senyalament de les alineacions per al carrer de Xuclà a l'objecte que es vegi la relació que existeix entre ambdós carrers. La prolongació del carrer de Fortuny a partir del carrer de Montjuic del Carme ha estat traçat formant una corba i contra-corba de gran radi, quin punt d'inflexió coincideix amb l'espai vial del carrer de Xuclà i afecta el solar on hi hagué els magatzems d'"El Siglo" per la seva part baixa havent-se situat l'alineació inferior del carrer separat 30 cms de la mitgera de l'edifici del Banc Colonial per a facilitar en el dia de demà la construcció d'una façana donant al carrer de Fortuny". (Exp. 187 1934, juny 1934)

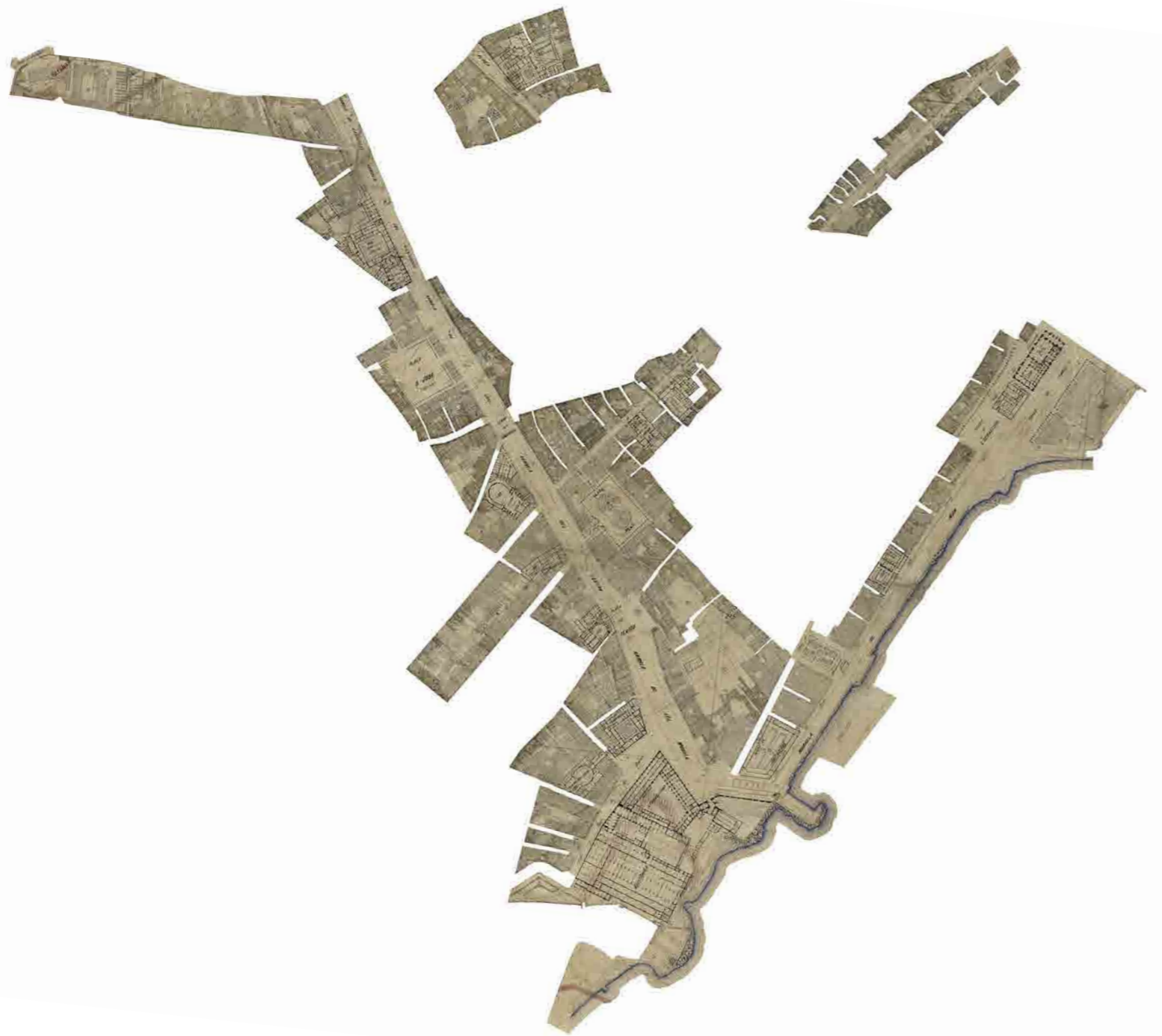
"(...) La Companyia de Tabacs de Filipines, propietària de l'immoble de la Rambla dels Estudis amb façana lateral al carrer de Fortuny, va adquirir dels propietaris d'"El Siglo S.A." la petita parcel·la edificable a l'encreuament dels carrers Xuclà i Fortuny, lliandant amb el seu immoble i es disposa a edificar-la a la vegada que constituirà una façana noble a tota la part de l'edifici que recau al carrer Fortuny i deixarà una fornicula a l'encreuament de l'esmentat carrer amb el de Xuclà per tal que l'Ajuntament hi col·loqui el monument al Pintor Fortuny, d'acord amb la Comissió nomenada per a la seva gestió". (Exp. 187 1934, març 1936)

**35** Els propietaris de les *Galeries Manila*, a la cruïlla de la Rambla dels Estudis amb el carrer de Pintor Fortuny, van presentar un primer projecte l'any 1947 que consistia en un edifici d'una sola planta dedicat a botigues, però l'Ajuntament en va denegar el permís d'obres argumentant la poca entitat de la construcció proposada fent façana a una via de l'entitat de La Rambla. El 1952 es va executar finalment l'edifici, que superposava vuit plantes d'habitacions d'hotel a les galeries del projecte inicial.

Tant al primer projecte com al que es va acabar construint, l'estructura de corredor central donant accés a les botigues era molt similar a la dels passatges francesos, i tot i que més d'un terç de les botigues tenien façana a carrer, només a les dues dels extrems s'hi podia accedir de manera independent des de l'exterior. L'entrada a l'hotel, a la pista de bitlles i a la discoteca es podia fer des de la galeria o directament des del carrer. La unitat de repetició a les galeries que modulava les particions entre botigues, de tres metres i mig d'amplada, venia manada per la distribució de la planta d'habitacions de l'hotel que es recolzava damunt d'elles

És de destacar l'obstinació dels propietaris en la persistència de l'ús -comercial, i en forma de galeria- a la planta baixa entre una i altra versió del projecte, que devien veure estratègica la posició a mig camí entre els magatzems *Sepu*, a l'altra banda de la Rambla, als antics jardins del Palau Moja i les botigues a la planta baixa dels carrers Dou i Pintor Fortuny, a ponent.





### Una estratègia recurrent

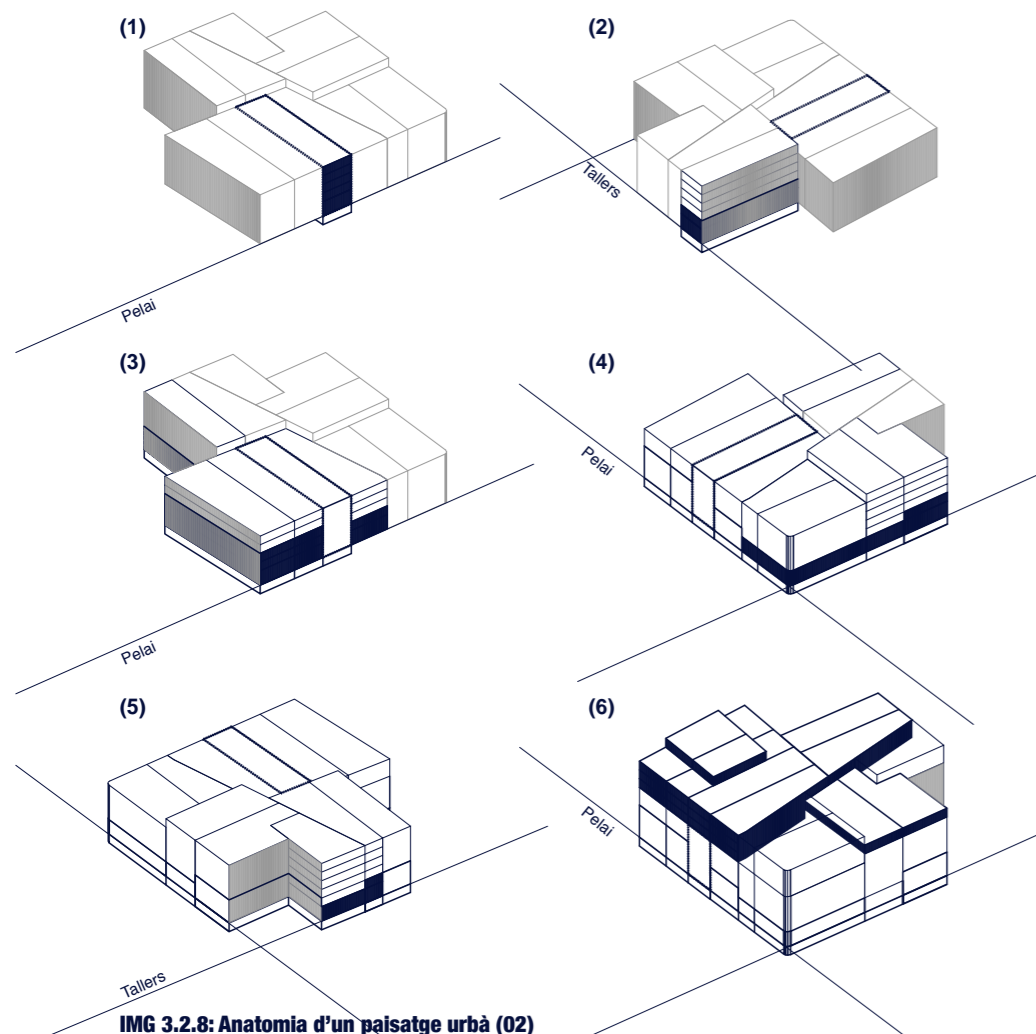
El plànol de topogràfic-geomètric de Garriga i Roca de 1862 mostra una Barcelona a escala 1:2000 amb voreres només en quatre dels seus carrers: la Rambla sencera -excepte en el tram a llevant entre Plaça de Catalunya i Portaferrissa, encara sense haver executat totalment les seves realineacions- i l'enllaç amb la Plaça Reial, el passeig de Santa Madrona i la muralla de mar, el carrer Ferran-Princesa i el Portal de l'Àngel -Plaça de Santa Anna- entre els carrers de Santa Anna i Canuda. Són voreres plegades a les cruïlles, sobre l'aresta dels edificis en cantonada, sense esperar continuïtat als carrers amb els que es topen. Eren les artèries per on la ciutat començava a modernitzar-se: eren els primers carrers de la ciutat que s'oferien a *flâneurs* mostrant-los aparadors.

De la prosperitat del negoci de les primeres camiseries de Plaça Reial i el carrer Ferran van néixer els primers magatzems de novetats de la ciutat. Cap d'ells va seguir a *El Siglo* cap a La Rambla: amb el canvi de segle i en el període entre els inicis de la construcció de l'Eixample i les Exposicions Universals, van apostar per reemplaçar-se en llocs de nova centralitat. Al dibuix de Barcelona que van fer els Serveis Municipals encapçalats per Vicenç Martorell al 1930, els carrers del casc antic estaven urbanitzats i tenien voreres, i Pelai i les Rondes estaven alineats i executats. Ciutat vella i ciutat nova estaven travades, la fesomia i la geometria singular de la frontissa entre totes dues oferien l'atractiu d'estar sobre un teixit nou però fent de porta a la ciutat tradicional, rebent als passejants a la ciutat antiga. És sobre una d'aquestes xarneres que se situarien els magatzems moderns a principis del segle XX: al carrer Pelai.

Dins la ciutat vella però mirant cap a l'Eixample, Pelai era un carrer modern en contacte amb el centre de la ciutat: amb vint metres d'amplada, com els carrers de la ciutat nova, i lligant dos nous centres, les places de la Universitat i de Catalunya. Els magatzems van aprofitar la condició d'aquest parcel·lari -més gran que el del Raval però encara

**IMG 3.2.7: Cartografia d'un paisatge urbà (07). Lles voreres del centre de Barcelona a finals del segle XIX.** Retall dels carrers i trams de carrer amb vorera al plànol topogràfic-geomètric a escala 1:2000 de Garriga i Roca de 1862.

Font: Elaboració pròpia



**IMG 3.2.8: Anatomia d'un paisatge urbà (02)**

La construcció per creixement dels magatzems *Capitol* va ser més discreta que la d'*El Siglo*. Les unions entre edificis es van fer obrint mitgeres i salvant desnivells entre forjats, sempre aprofitant l'existent i mai reconstruint de nou.

La botiga va començar a l'edifici d'habitatges del carrer Pelai 20. Al febrer de 1945, es va unir en planta baixa amb l'edifici a Tallers 68 bis (2). Quatre anys més tard, al juliol de 1949, es van unir les plantes pis de les cases als números 22 i 24 de Pelai a base d'obertures menudes a les mitgeres que separaven els edificis (3). Uns mesos abans, al març de 1949, havien obtingut llicència per un projecte de refer la planta baixa i obrir-la amb aparadors que feien el llindar d'entrada als magatzems des del número 24 a Pelai.

Al 1949 s'afegia també a l'edifici el número 18 de Pelai; al 1950, els números 14 i 16 (4). El mateix any se sumaven les parcel·les al carrer Gravina 10 i 12 (4), i al juny de 1951 s'unien a la botiga els edificis a Tallers 70 i 72 (5), i es connectaven amb la resta en planta baixa. Però mentre els expedients d'obra fins als anys 50 són per connectar uns edificis amb uns altres amb forats discrets, evitant els estintolaments en la majoria dels casos, sempre mantenint l'estructura de les cases, a partir dels anys 70's les obres van canviar d'escala.

Es va sol·licitar permís de remonta per totes les parcel·les fins a esgotar l'ARM segons les ordenances, amb una primera planta d'enllaç amb els magatzems que allotjava oficines i dependències de treball intern a les parcel·les de Pelai, i amb habitatges a les plantes superiors tant a Pelai com a la resta de parcel·les. Els magatzems creixien no per estendre la seva oferta sinó per diversificar i hibridar els edificis que els allotjaven.

Font: Elaboració pròpia a partir de la consulta de les carpetes 10.520, 15.789, 4.836, 27.194 i 30.865 de l'AMCB.

al centre de la ciutat- per col·locar-se sobre la traça de les muralles, tancant les esquenes de les cases que conformaven la façana al carrer Tallers. En quatre-cents metres de longitud, Pelai va concentrar durant gairebé un segle quatre edificis de magatzems de novetats: un per cada una de les mansanes entre les dues places. També acabaria per anar-hi a parar *El Siglo*, que obriria uns mesos després de l'incendi prop del seu emplaçament original però, sobretot, al costat d'on s'havien anat instal·lant els altres magatzems de novetats de la ciutat.<sup>36</sup>

Al 1917, sobre Pelai s'hi havien col·locat els *Almacenes Alemanes* -que després de la segona guerra mundial van passar a dir-se *Capitolio*-, que com *El Siglo*, tenien els seus orígens en una botiga a la Plaça Reial.

**36** Can Damians, l'edifici que va ocupar *El Siglo*, s'havia construït al 1913 a les parcel·les a Pelai 54 i Tallers 18-20 per allotjar uns magatzems de novetats. A la memòria del projecte "para derribar las casas nº 54 de la calle de Pelayo y 18 y 20 de la de Talleres, y en el solar resultante construir un edificio comercial de carácter monumental destinado a almacenes del comercio de ferretería, maquinaria, fumistería, metalistería y otros.", l'arquitecte argumentava el canvi d'ús de la parcel·la -i l'incompliment de part dels articles de les ordenances de l'edificació vigents-, emparant-se en la monumentalitat i el progrés que la presència dels magatzems suposarien per la ciutat:

"(...) Al proyectarlo, no ha podido menos el recurrente que tener muy presentes los edificios de este mismo carácter, ha tenido ocasión de visitar en las principales ciudades de Europa, edificios que por el amplio espíritu que ha presidido su construcción, son los que dan una de las notas más salientes de la importancia de la ciudad, al par que resultan grandes centros de atracción y movimiento, llevando la animación y la intensidad de concurrencia a las calles que por esto mismo tienen el aire típico de las grandes vías de dichas ciudades. Con este fin y al tratar de hacer en este caso y para nuestra ciudad algo que asemeje a lo mucho y espléndido que ha podido visitar, ha tenido que desarrollar la idea dentro de límites y disposiciones que de querer ser esclavo riguroso de ellas en todos sus detalles hubiera debido forzosamente que sacrificar lo más hermoso y amplio de su idea y de su proyecto.

Es indudable que las disposiciones que hoy rigen para la edificación urbana en nuestra ciudad fueron dictadas en beneficio de los moradores de las viviendas que debían ser objeto y fin de la edificación que se deseaba reglamentar pero, entonces no pudo el legislador tener en cuenta las edificaciones no viviendas de carácter comercial, que la vida moderna ha hecho crecer en las grandes ciudades y que son hoy su orgullo, y sería hacer agravio al buen sentido y sabiduría del legislador de entonces pretender que estas construcciones debiesen amoldarse hasta en sus más pequeños detalles a lo dispuesto en aquel entonces para las viviendas y cuando estos edificios aún no existían.

Este espíritu, no de oposición a lo dispuesto sino de deseo de engrandecimiento y perfección que es natural en la evolución progresiva de los pueblos, se ha dejado sentir muchas veces en este mismo sentido y hemos podido presenciar cómo nuestros primeros arquitectos cuyas obras mejores, han tenido que separarse en algo de los moldes antiguos de nuestras Ordenanzas Municipales, si algo de carácter monumental y grandioso han querido construir. (...)" (AMCB, Exp 14.580).

Mica a mica es van estendre ocupant els números 20, 22, 24 i 26 i fins arribar a la parcel·la al número 68 bis del carrer Tallers. Unes cases i altres es connectaven entre si foradant mitgeres i excavant soterranis, i les façanes principals a Pelai anaven afegint progressivament rètols, marquesines i tendals. L'any 1955 es va refer la planta baixa de la casa al número 22 per resituar-hi l'escala que pujava als pisos; unes plantes superiors que durant la següent dècada tornarien al seu ús original d'habitatges i acollirien en una remunta oficines administratives per als magatzems; tot, en convivència amb la botiga fins a la planta segona. De la mateixa manera que els magatzems s'havien estès per adaptar-se a la quantitat de productes que oferien, van replegar-se i hibridar-se amb altres usos per treure rendibilitat econòmica de la barreja amb els habitatges.

Una vegada consolidat el teixit de contacte entre la ciutat antiga i el seu eixample, els magatzems de novetats van tornar a fixar-se en l'interior de ciutat vella. Mentre a ponent s'anava consolidant la vora de Pelai<sup>37</sup> amb l'Eixample, a l'altra banda de La Rambla, la ciutat tractava de connectar la plaça de Santa Anna i el Passeig de Gràcia, un enllaç que acabaria de donar sentit a la Plaça de Catalunya. En aquesta posició de frontissa van aparèixer dos nous edificis de magatzems de novetats.

**37** Hi ha un parell d'edificis de grans magatzems fundats en aquest carrer a principis del segle XX, que tot i no seguir el patró del creixement parcel·la per parcel·la per estendre's cap als veïns que s'explica a continuació, reforcen aquesta idea del carrer Pelai com a espina comercial de la ciutat del canvi de segle. Al 1908 havien obert a la cantonada de Balmes amb Pelai, el punt on giraven els trens de Sarrià de camí cap a la Plaça de Catalunya els magatzems *Old England* -coneguts com els *Oh L'Elegant*, en una adaptació popular del nom anglès de la botiga-, que tres anys més tard obririen una altra botiga a la Rambla de Catalunya, els *New England*. Ocupaven tot l'edifici, de planta baixa més cinc d'alçada, i el propietari dels quals anunciava a la premsa els seus viatges a Londres, París, i altres capitals europees per dur a Barcelona les últimes modes. S'hi estarien fins al 1940, que al 1943 refarien la distribució interior i la façana per adaptar-ho en oficines de la *Caja de Ahorros y Monte de Piedad de Barcelona* i que al 1944 afegirien una remunta de dues plantes coronades pel temple que encara avui es conserva a la cantonada. (AMCB, carpeta 1160).

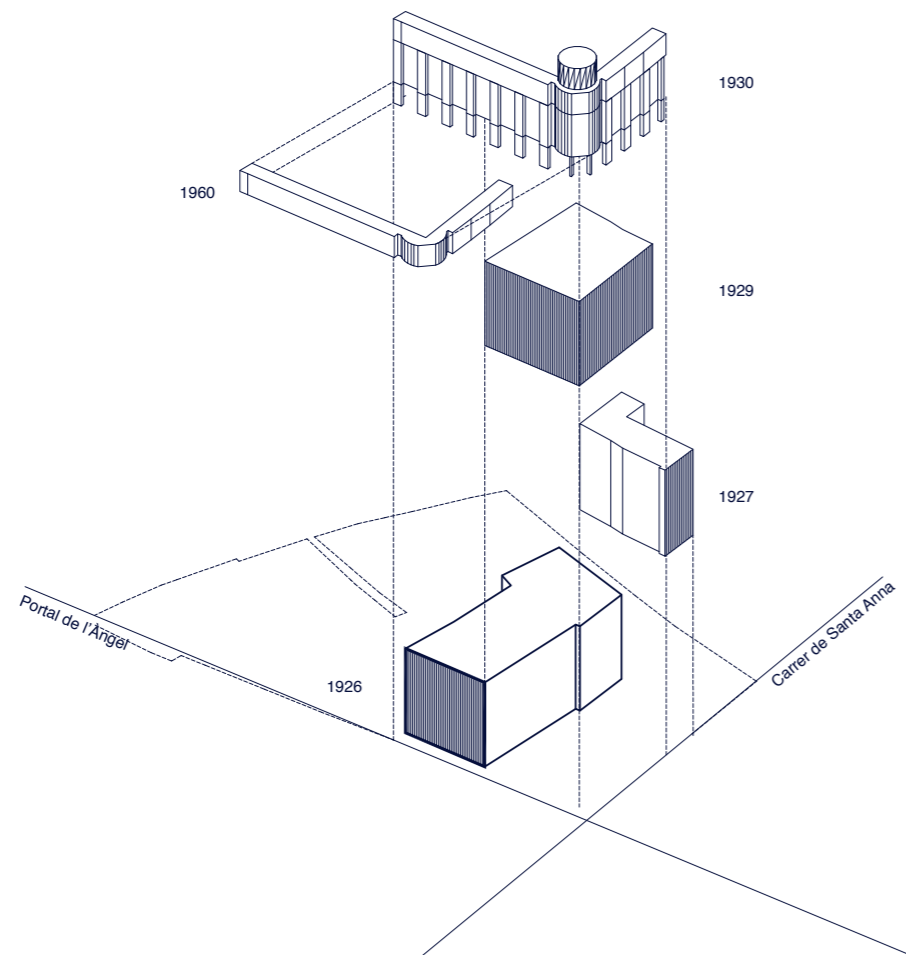
*El Àguila* havien començat com a sastreria a la Plaça de la Verònica, havien passat per la Plaça Reial i al 1919 es van instal·lar a la cantonada entre Pelai i la Plaça Universitat -un emplaçament que llavors es considerava central a la ciutat- fins que van incendiar-se al juny del 1981. La presència en façana contrasta amb la poca superfície que ocupaven en planta a causa de la irregularitat de la parcel·la on s'emplaçaven. A la memòria de justificació del projecte quan va demanar-se el permís de construcció, l'arquitecte Josep

&gt;&gt;

&lt;&lt;

Domènech i Mansana creia en la modernitat de la tipologia i en la idoneïtat que servís per fer créixer la ciutat en un punt central, amb l'Exposició de 1929 a l'horitzó (AMCB, expedient 1889, any 1919, R.FOL 116):

“Se trata de instalar en el mismo [emplazamiento] los Grandes Almacenes de El Águila para la venta al detalle de toda clase de artículos, lo cual sin duda ha de contribuir al carácter de gran capital que tiene la ciudad de Barcelona. (...) La monumentalidad del conjunto se logra proyectando en el ángulo de la Plaza de la Universidad con la calle de Pelayo una torre (...) En los bajos se proyecta una marquesina tal como se estila en esta clase de establecimientos, lo cual ha de contribuir al buen efecto del conjunto. (...) El estilo adaptado al proyecto que nos ocupa es el Renacimiento Español procurando adaptarlo al carácter que debe presentar un edificio destinado a almacenes en continua comunicación con el gran público que ha de frecuentarlos, dejando en la fachada grandes huecos y vanos destinados a escaparates y exposición de productos destinados a la venta. (...) El emplazamiento del edificio en el núcleo central y de mayor circulación de Barcelona es otra razón que nos asiste para proyectarlo a mayor altura y ofrecer un conjunto monumental. No hay duda alguna que también ha de contribuir al embellecimiento de nuestra ciudad con motivo de la proyectada Exposición de Industrias Eléctricas, ofreciendo a los visitantes un local espléndido que además de facilitarles donde puedan adquirir lo necesario contribuye a aumentar el concepto de gran urbe que nuestra Barcelona va adquiriendo.”



Al 1926 els magatzems de *Can Jorba*, que fins aleshores estaven ubicats al carrer del Call, es van traslladar cap al número 19 del Portal de l'Àngel, en una parcel·la de 23 metres d'amplada i entre mitgeres. Quatre anys més tard van ampliar-se cap al nord per completar la cantonada, que es convertiria en el tret distintiu dels magatzems, primer amb una marquesina i anys més tard amb un espai de llindar que significava el lloc com a accés principal.

El primer edifici, l'original, entre mitgeres, continuaria allotjant els nuclis de comunicació i l'afegit de gairebé 1.000 m<sup>2</sup> de superfície per planta va incorporar el pati central de l'edifici d'habitatges preexistent, que va servir per magnificar la desembocadura de les escales principals dels magatzems. L'ampliació –que duplicava en superfície l'extensió de l'edifici original– continuava amb el mateix ordre de façana definit pel ritme de les columnes jòniques. Són aquest relleu de les motlures i el voladís de les marquesines que protegeixen les obertures en planta baixa els que finalment acaben tangents a les alineacions fixades als carrers, i fan que l'edifici quedi reculat en la seva entrega amb els veïns.

El projecte d'ampliació de 1930 preveia una extensió a ponent cap al carrer Santa Anna, cap a una casa també propietat de la família Jorba, d'una crugia més, que finalment no es va executar. Creixia, a més, en alçada: amb el creixement, la posició del magatzem es convertia en estratègica: es feia visible des de la plaça Catalunya i situava al nou angle la seva entrada principal.

### IMG 3.2.9: Anatomia d'un paisatge urbà (03)

L'estratègia de creixement va començar per les parts menys visibles per conquerir la cantonada. Els magatzems *Jorba* van començar per ocupar la parcel·la al Portal de l'Àngel 21. Al 1927 van enderrocar el xamfrà amb el carrer de Santa Anna, on van connectar amb la parcel·la al número 32 del carrer, que ja era seva. S'estenien i guanyaven la visibilitat de la cruïlla. L'abril de 1930 van refer la façana de l'edifici sencer, amb les pilastres jòniques i la cúpula que s'han conservat fins avui. (33.710.Foment, Exp. num. 901)

Els aparadors en planta baixa, però, quedaven reculats respecte a la línia de façana i feien una porxada que al maig de 1964 va eliminar-se fent créixer la planta baixa fins als límits de la parcel·la (Arxiu 699 13.332/24.552).

Entre agost de 1961 i maig de 1956 es van succeir els projectes per incorporar a la botiga la parcel·la a Santa Anna 30, que ja estava connectada en planta baixa amb els magatzems, però el projecte mai no es va executar (Carpeta 71.278).

Una vegada consolidat l'eix comercial del Portal de l'Àngel, al 1962 es va instal·lar al seu cap, a la Plaça de Catalunya, un altre magatzem de novetats que s'estrenava a Barcelona. Naixia de l'expansió d'una camiseria a Madrid, i *El Corte Inglés* va obrir amb un edifici de poc més de 1.500 m<sup>2</sup> de superfície en una parcel·la entre mitgeres per, a base d'anar adquirint els edificis veïns, acabar ocupant-ne 6.300 i fent sencera una de les façanes a la plaça.

L'estratègia de creixement dels magatzems va començar per construir la parcel·la central a la façana de la plaça, i adquirir les parcel·les a la Ronda de Sant Pere 4-6 per, amb l'excusa de poder-les connectar, donada l'entitat dels magatzems i de l'emplaçament, modificar la normativa municipal i arribar a construir els 52 metres de fondària de la parcel·la, doblant pràcticament la permesa a les ordenances. La cantonada nord de l'edifici no va ser edificada pels magatzems fins l'any 1969, i fins als 80's no van enderrocar-se'n les mitgeres per connectar-la amb l'edifici principal. La cantonada sud s'hi va afegir fins l'any 1991, i va incorporar les parcel·les al carrer Fontanella 1, 3 i 5. Cinc anys abans, un projecte de façana havia unificat la resta de l'edifici, lligant amb una marquesina que emmarcava la planta baixa dels magatzems des de la Ronda de Sant Pere 10 fins a la Plaça de Catalunya 15, i que l'última ampliació va recollir i tibar fins als nous límits de l'edifici.

La traça del parcel·lari es tradueix directament sobre la distribució de l'edifici: els quatre grans paquets –l'edifici embrionari al centre de la plaça, la casa que fa mitgera a la Ronda de Sant Pere i totes dues cantonades- tenen centrats cada un d'ells un parell d'escaleres mecàniques, embocades a cada una de les quatre portes de l'edifici, que s'encarreguen de fer de testimonis de l'estructura original de la propietat del sòl, i reten de manera silenciosa homenatge a les grans escalinates ocupant els patis centrals dels seus antecessors. Si *Can Jorba* va créixer a les puntes fins fer-se amb la cantonada i convertir-la en el punt emblemàtic de l'edifici, en aquest cas la cantonada amb el Passeig de Gràcia assumeix el rol de cap visible amb més prudència: al lloc més simbòlic de l'edifici li queden pocs anys pel venciment del contracte de lloguer que des dels inicis de l'extensió a la parcel·la a la cruïlla n'ha garantit les condicions d'ocupació.

Els primers magatzems de novetats ser *moderns* en aquest desplegament de *creixement incremental*, però també perquè van *hibridar usos* i ho van fer en edificis existents. Van començar per planta baixa i van

créixer cap a entresòls i soterranis -sense ascensors o sense escales mecàniques, no tenia sentit fer pujar al públic més enllà-, o cap als edificis del costat; van colonitzar àtics i terrats amb despatxos i oficines i en alguns casos van deixar les plantes intermèdies per habitatges. Els magatzems eren un invent nou, obeïen a un programa desconegut que es reinterpretava, a un comerç que modificava la seva oferta de manera impulsiva i atropellada. Començar per ocupar espais ja fets, créixer dins els límits construïts de la ciutat vella, va ser una estratègia sensata. No calien edificis monumentals, ni tan sols, al principi, grans rètols o aparadors: el públic hi arribava atret per la novetat, sabia com trobar-los i no coneixia tant què hi anava a buscar com sabia que hi trobaria sorpreses. Amb estintolar estructures i foradar mitgeres va haver-n'hi prou per activar aquestes noves polaritats urbanes. Protegir amb tendals els buits domèstics d'una llum directa no necessària per al consum, o sobreimposar rètols a les façanes que des del carrer es mostraven com cases, van ser mecanismes suficients per afegir una dosi de transitorietat a les estructures fixes parasitades.

El *Pla d'usos* de Ciutat Vella de 2005 limitava l'estratègia que havia servit per desenvolupar els grans magatzems: una mateixa activitat només podia ocupar locals de planta baixa en finques o parcel·les diferents quan la connexió entre elles no suposés més intervenció a les mitgeres que l'obertura de passos de dimensió mínima necessària per al funcionament del local. Les revisions posteriors han eliminat aquesta condició,<sup>38</sup> supeditant-la als criteris del *Pla Especial del patrimoni arquitectònic, històric i artístic de la ciutat de Barcelona* al Districte de Ciutat Vella i del *Pla d'equipaments comercials no alimentaris de Barcelona*.<sup>39</sup>

Les memòries dels expedients de les successives ampliacions de tots els magatzems insistien a reconèixer el paper simbòlic i modern dels edificis, i es recolzaven en aquest fet per demanar canvis normatius que permetin excedir alineacions o edificabilitats oficials. Créixer sobre un parcel·lari pensat per a habitatges amb botigues en planta baixa, i fer-ho a partir d'un programa nou que fins aleshores les ciutats no havien observat va desencadenar aquest degoteig de suma constant de projectes de reforma i contrareforma, d'obres i treballs que abans d'acabar en un extrem de l'edifici, ja havien començat a l'oposat. Però l'equilibri mai no es va trencar: van refer-se alguns trossos de façana de la ciutat vella, però tot i estar absorbint uns edificis que revolucionarien les normes del consum, el gra del teixit no va mudar.



#### La cantonada Plaça Catalunya-Ronda Sant Pere.

^ **Novembre 1912:** Projecte de construcció de casa de soterrani, planta baixa, entresòl i 4 plantes pis. 8 anys més tard es demanava permís per ampliar amb un edifici exactament igual a la Plaça de Catalunya 13.

Font: AMCB, Comisión de Ensanche Num 13.743, relatiu a la parcel·la de Plaça Catalunya 12.

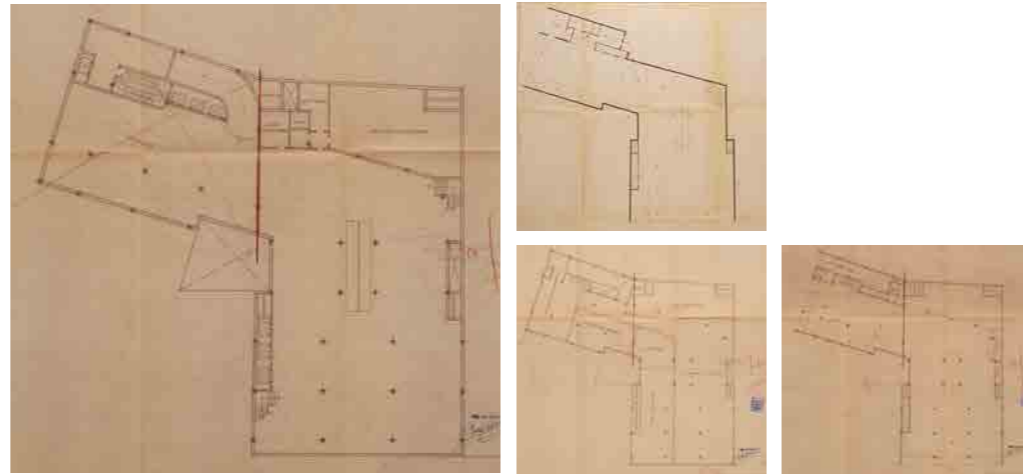
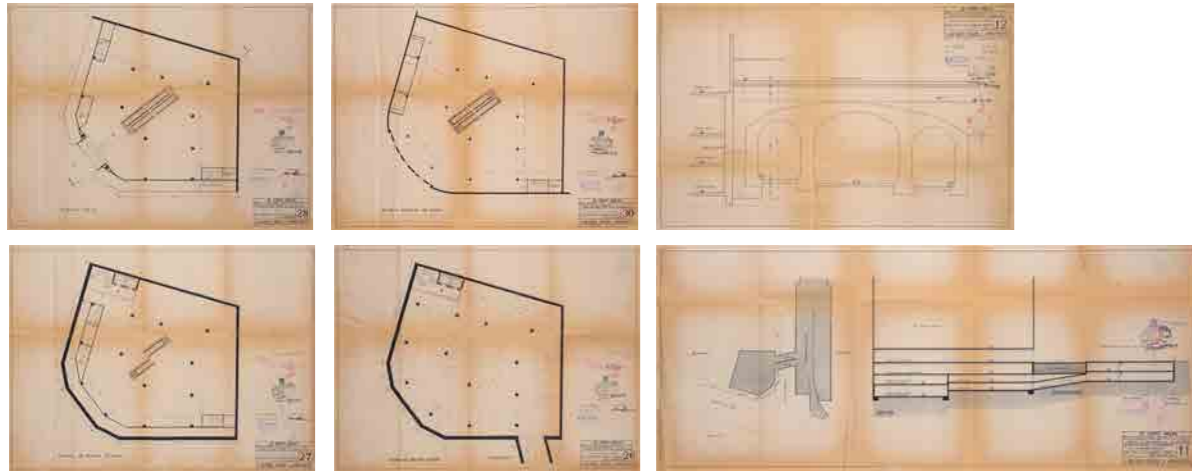
V **Març 1969:** Enderroc de la casa de Vicenç Ferrer i construcció de la cantonada per sumar-la als magatzems, sense connectar-la amb l'edifici al número 14 de la plaça. La modernitat marca els plànols del projecte: apareixen escales mecàniques al centre de la planta i marcant la bisectriu de la parcel·la; al primer soterrani té una galeria per fer el registre dels aparadors de planta baixa; el segon soterrani té connexió directa amb l'aparcament públic de sota la plaça.

Font: AMCB, Arxiu 230 / Q 132 Expedient número:3875 / 24 082, relatiu a la parcel·la de Plaça Catalunya 12-13.

VV **1986:** Projecte de façana per als magatzems, des de Ronda de Sant Pere 10 fins a Plaça de Catalunya 15.

Tot i la provisionalitat de la condició d'ocupació de la parcel·la, es projectat una pell exterior única que s'adapta a les alçades de les parcel·les que unifica i que reforça els pendents de la vorera contigua amb una marquesina paral·lela, i que a l'interior retalla i esculpaix, amb un pla completament massís, la irregularitat del parcel·lari parasitat.

Font: [http://arquitectes.coac.net/jamlet/projects/04\\_commercialbuilding/CB01/index.html](http://arquitectes.coac.net/jamlet/projects/04_commercialbuilding/CB01/index.html)



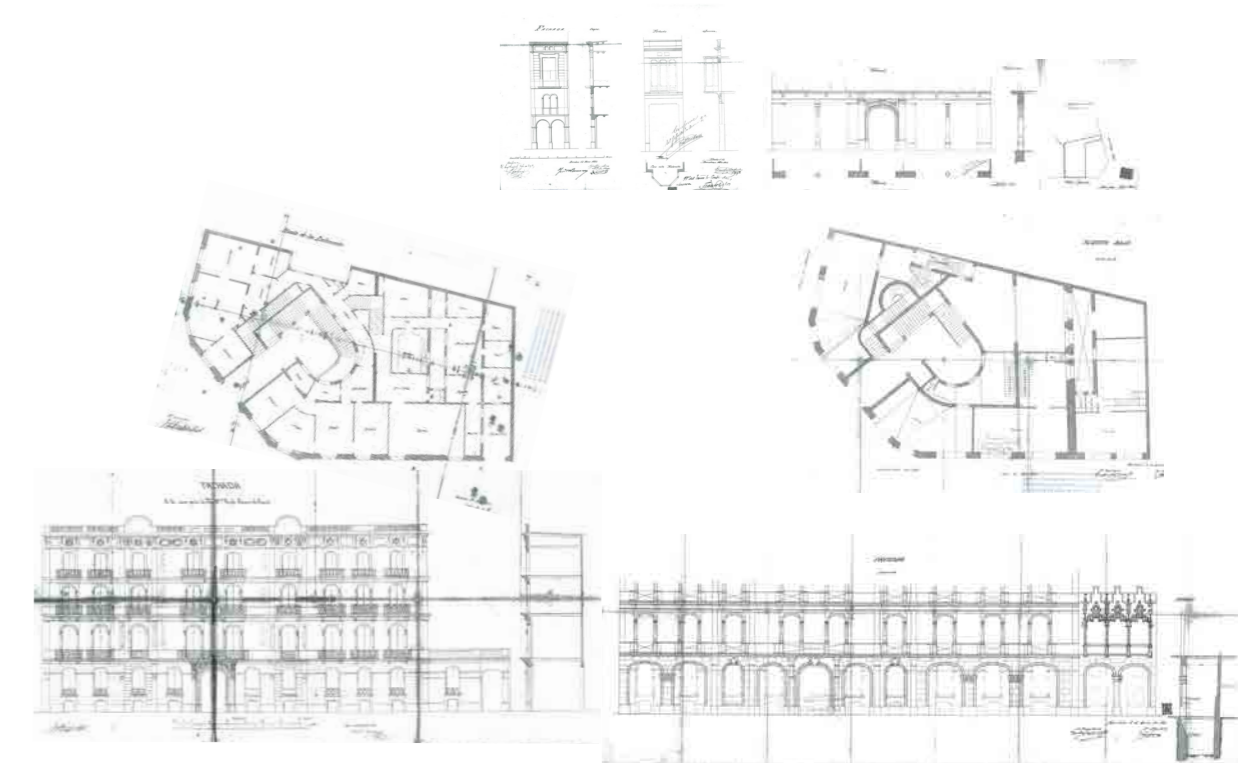
#### L'origen dels magatzems, Plaça Catalunya 14.

^ **Maig 1960:** Primer projecte dels magatzems a la plaça. El projecte té 3 soterranis, planta baixa i 6 plantes tipus que es repeteixen, amb 7 ascensors i 2 escales mecàniques distribuïts al que aleshores eren les mitgeres dels magatzems. La memòria del projecte destaca l'ambició de la implantació en una posició estratègica per a la ciutat, i apunta ja a la necessitat d'ocupar més espai dins la parcel·la, i encara més espai més enllà de la pròpia parcel·la:

“Durante el pasado año, los suscritos arquitectos, tuvieron los primeros contactos con la alta Dirección de la firma comercial “El Corte Inglés”, para estudiar la posibilidad de instalar, en los terrenos de su propiedad recientemente adquirido en Barcelona y emplazados en la Plaza de Cataluña num 14, unos grandes locales comerciales capaces para albergar la complicada organización de dicha firma, por entrar en sus cálculos al disponer en nuestra ciudad, de una organización de ventas, de igual o mayor importancia que la que tiene actualmente en la Capital de España. (...) Los primeros estudios condujeron a la conclusión de que la superficie disponible del solar adquirido en la Plaza de Cataluña num 14, reunía condiciones óptimas, aunque dada la envergadura de la firma y su plan de enfoque económico, parecía era preciso prever una mayor superficie para cubrir todas sus necesidades; ello indujo a sugerir la posibilidad de adquisición de alguna otra finca contigua, que pudiera servir como ampliación de los almacenes a disponer. “El Corte Inglés” inició seguidamente las gestiones pertinentes cuyos resultados fueron notificados a los Arquitectos, en el sentido de que había adquirido la finca recayente a la Ronda de San Pedro señalada con los números 4 y 6 de dicha vía, la cual, dada su posibilidad de comunicación con la que ya poseía en la Plaza de Cataluña 14, podía formar un conjunto suficiente, en principio, para la organización comercial prevista.”

**Entre 1960 i 1964:** Mentre s'acaba de desallotjar, l'edifici a la Ronda de Sant Pere 4-6, s'adapten progressivament a treball intern dels magatzems en plantes pis, i a botiga i magatzems la planta baixa, encara sense connectar de manera franca amb l'edifici a la Plaça de Catalunya, -tot i que les plantes mostren talls que uneixen uns edificis amb l'altre-, impossible de realitzar sense canviar les normatives vigents:

“(…) Teniendo en cuenta las propiedades, su emplazamiento, características y el tipo de instalación que proyectaba instalarse. una de las primeras providencias, fue el conocer la opinión del Excmo. Ayuntamiento de Barcelona en cuanto al aprovechamiento máximo de la superficie adquirida, ya que en la manzana donde está ubicada, la profundidad máxima edificable permitida es la de 23,30 metros, en tanto que la propiedad alcanza los 52 metros. (...) se notificaba a la Dirección de “El Corte Inglés”, que el aprovechamiento interesado con edificación hasta el fondo del solar en cuestión, parecía excesiva y que, con tal motivo, era conveniente fuese estudiado un aprovechamiento menor, que al mismo tiempo que solucionara el problema de enlace con la nueva finca adquirida, no pudiera perjudicar dicho exceso de profundidad a los propietarios del resto de la manzana. (...) Sobre la posibilidad de que el edificio pueda quedar incluido como edificio singular, (...) el artículo 179 expone que la construcción de edificios singulares obedecerá a razón de carácter urbanístico en relación con el destino del edificio, y para que así proceda, es indispensable que el solar o conjunto de solares alcance una superficie máxima de 2500 metros cuadrados (...)” Font: AMCB, Antecedents 141, expedient relatiu a les parcel·les Plaça de Catalunya 14/Ronda de Sant Pere 4-6 i Carpetà 4.191, relativa a la parcel·la a la Ronda de Sant Pere 4-6



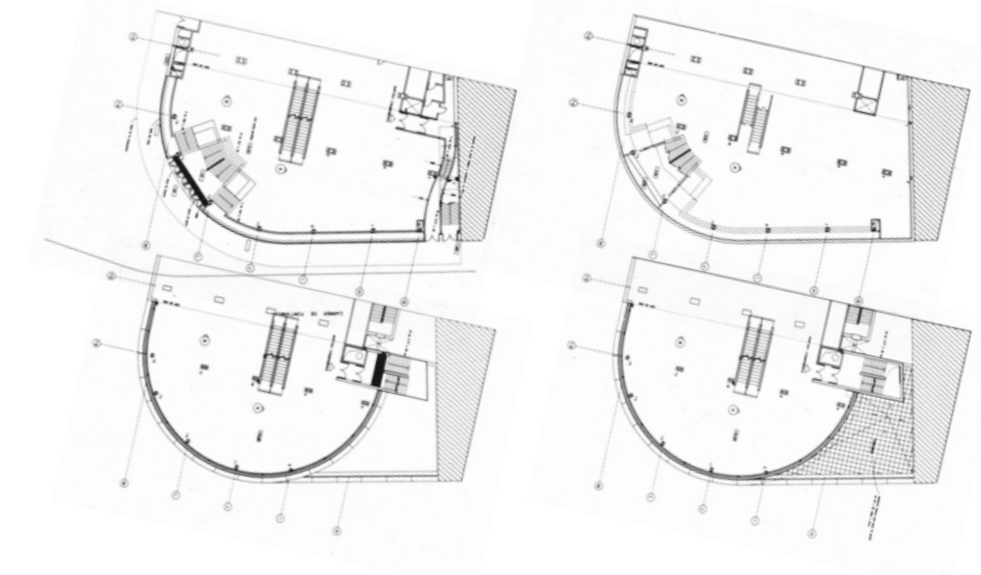
#### La cantonada Plaça Catalunya-Fontanella

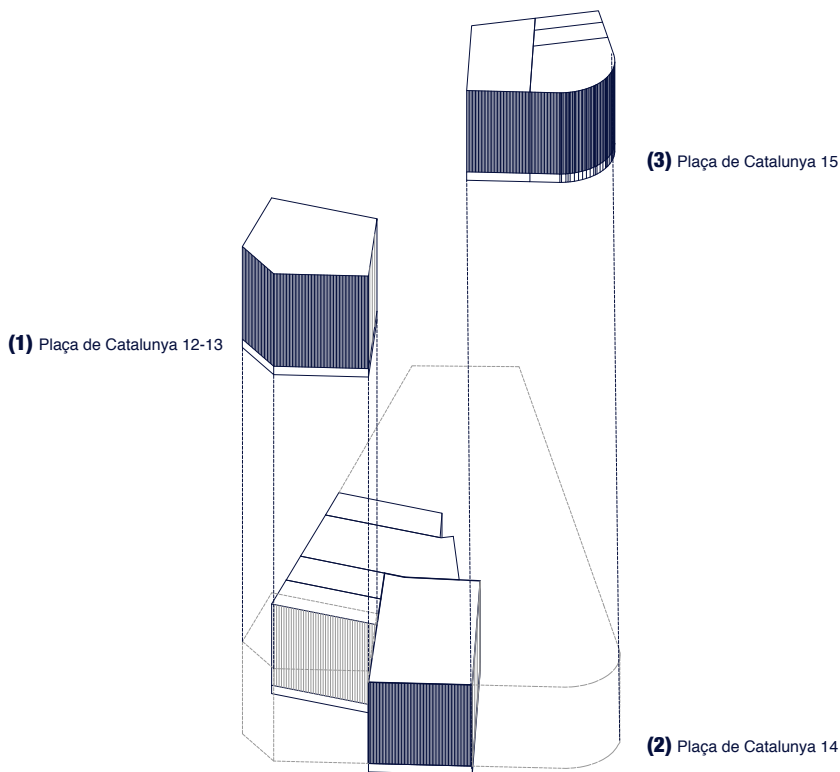
^ Anys abans de passar a formar part d'*El Corte Inglés*, tot just aprovades les aliniacions de l'Eixample, es van construir les cases a Fontanella 1, 3 i 5, finques residencials on la planta baixa quedava aixecada de la rasant del carrer i els semisoterranis s'ocupaven amb serveis. La consolidació de la Plaça de Catalunya va fer que quaranta anys més tard es reconvertisin les plantes baixes en botigues, en consonància amb la importància que el nou escenari urbà començava a prendre. El número 1 es va convertir en edifici institucional del *Banco Español de Crédito* al 1932,

Font: AMCB, Q127 Obres Majors Eixample/Exp num 8.378 per a la parcel·la a Fontanella 1, i Exp 3.534 per a la parcel·la a Fontanella 3.

V **1993:** Projecte a la cantonada de Plaça Catalunya amb Fontanella. És manté la posició de l'accés en planta baixa, i la pell del nou edifici va incorporar els finestrals que havien aparegut al primer pis a tocar de la mitgera.

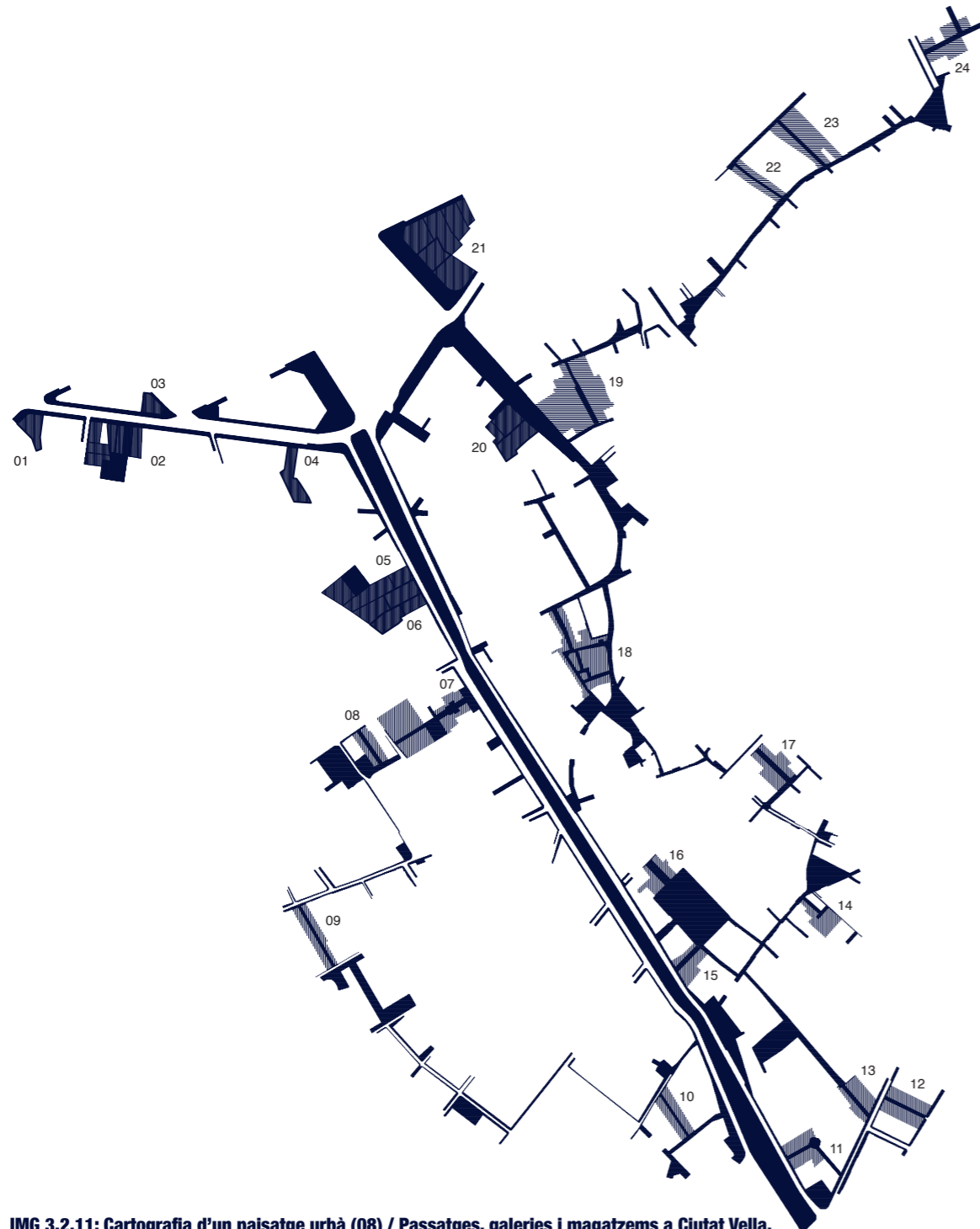
Font: <http://www.bienalesdearquitectura.es/index.php/es/proyecto?obra=03BE-20>





< **IMG 3.2.10: Anatomia d'un paisatge urbà (04).**

*El Corte Inglés* va créixer amb tres cossos que seguien estratègies separades: des del centre (2), es consolidava el volum principal dels magatzems i es connectava, Ronda de Sant Pere enllà, amb parcel·les menudes d'edificis d'habitatges. A la cantonada sud (3), les parcel·les creixien de manera independent: eren cases que s'havien construït als inicis de l'Eixample entenen la singularitat i l'oportunitat del lloc, i la presència dels magatzems 100 anys més tard els donava arguments per refer-se incorporant botigues en planta baixa. Va ser l'última peça en incorporar-se, al 1993, amb un projecte unitari. Al 1969, a la cantonada nord (1), se sumava als magatzems la casa de Vicenç Ferrer en règim de lloguer del sòl i s'unificava amb els edificis que li feien vora amb un projecte de façana unitària. Totes les parcel·les, excepte aquesta cantonada, s'agruparien sota una única referència cadastral el 1994, més de trenta anys després que hagués aparegut el magatzem.



**IMG 3.2.11: Cartografia d'un paisatge urbà (08) / Passatges, galeries i magatzems a Ciutat Vella.**

Amb la mateixa escala i la mateixa orientació que el plànol de voreres de la ciutat fet a partir de l'aixecament de Garriga i Roca de la pg. 216, representació dels magatzems de novetats i els passatges fins a mitjans del XX a través de les voreres i els espais públics que els lliguen.

24 incisions i trenca-closques en menys de 10 hectàrees de ciutat vella: 01 magatzems el àguila / 02 magatzems capitol / 03 magatzems old england / 04 magatzems can damians / 05 magatzems el siglo / 06 galeries manila / 07 passatge de la virreina / 08 passatge de mil-vuitcents / 09 passatge de bernardí martorell / 10 passatge de lluis cutchet / 11 passatge de la banca / 12 passatge del dormitori de sant francisc / 13 passatge de la pau / 14 passatge del rellotge / 15 passatge bacardí / 16 passatge madoz / 17 passatge del crèdit / 18 galeries mldà / 19 passatge del patriarca / 20 magatzems can jorba / 21 magatzems el corte anglès / 22 passatge de les manufactures / 23 passatge de sert / 24 passatge de sant benet.

Font: Elaboració pròpia.

Si els mercats s'havien integrat a les ciutats a base de cobrir places que havien servit d'espai d'intercanvi a l'aire lliure, els magatzems de novetats tampoc van distorsionar l'entorn en el qual es col·locaven en saber-se acomodar a l'escala de la ciutat que els acollia.

Els magatzems de novetats, una vegada descoberta la seva escala natural, discordant amb el gra menut de les ciutats antigues, convertits en *grans* magatzems, han consolidat la seva posició als centres urbans, d'una banda, però han buscat emplaçaments més perifèrics, de l'altra, per catalitzar noves centralitats comercials. Fan el paper de motor d'activador del comerç dels voltants, de generador de noves polaritats, que atrau i activa carrers dels voltants. Si en torn als primers magatzems de novetats les botigues van trobar-hi un estímul, els grans magatzems quan van saltar d'escala van estendre els tentacles sobre el teixit del voltant, contribuint a consolidar i alimentar carrers comercials. En aquests carrers circumdants, la individualitat de la botiga s'esvaeix davant de la solidesa del conjunt; un desplegament d'elements menuts, lleugers, mòbils *-transients-* es desplega buscant la significació particular a les façanes del comerç que dibuixen l'horitzó del passejant.

**38** Conserva regulacions anàlogues per als establiments hotelers, que obliga a créixer sobre el mateix edifici i, quan no sigui possible, sobre la finca contigua, que ha de ser d'ús exclusiu –salvant-ne precisament la planta baixa-. (Art. 20 *Pla Especial d'establiments de concurrència pública, hoteleria i altres activitats a Ciutat Vella*, 2013).

**39** En el cas del creixement dels grans magatzems, el PECNAB (2007) fixa unes condicions que haguessin impedit que qualsevol dels casos explicats es consolidés:

- a. Que el gran establiment que s'amplia tingui una antiguitat mínima de quinze anys. /
- b. Que la superfície que s'amplia no excedeixi el 30% de la ja existent ni sigui superior a 5.000 metres quadrats de superfície de venda. /
- c. Que prèviament a l'ampliació, l'empresa titular de l'establiment que es vol ampliar acrediti que ha estat amortitzada una superfície equivalent a la de l'ampliació. /
- d. Que els establiments amortitzats es trobin en el mateix municipi que l'establiment que s'amplia i es dediquin a la comercialització de la mateixa gamma de productes. /
- e. Que l'establiment no hagi efectuat cap altra ampliació de la superfície de venda en els vuit anys anteriors.



### TERCER ESCENARI. FAÇANES I COMERÇ

Entre la segona meitat del segle XIX i el primer terç del XX, els escrits en torn a una teoria de l'urbanisme donaven tómb a fer ciutat amb carrers rectes o fer-la amb carrers corbats.<sup>40</sup> Cadascun dels camins triats definia un resultat: els primers donaven lloc a la ciutat racional, feta a base d'idees; els segons, a la ciutat per gaudir, la ciutat sense model, aquella preocupada per les formes (De Solà-Morales, 2010).<sup>41</sup> Cerdà (1859),<sup>42</sup> Sitte (1889),<sup>43</sup> Unwin (1909),<sup>44</sup> Poëte (1929);<sup>45</sup> se succeïen els teòrics que tractaven de trobar l'equilibri entre la bellesa *formal* o *informal* d'uns o altres, cadascun d'ells amb un origen morfològic específic, cadascun donant lloc a un tipus diferent de ciutat.

**40** Frisby (2003) situa en l'origen del debat a Karl Henrici i Joseph Stübben, i vincula també a Sitte i Wagner, centrat el debat a Viena. El text "¿Calles rectas o torcidas? El controvertido espíritu racional de la metrópoli moderna" (a *La calle moderna en 30 autores contemporáneos y un pionero*), relaciona els arguments d'uns i altres amb l'estat d'ànim dels ciutadans –Simmel– que provoquen.

**41** De Solà-Morales reprenia a l'article "¿Calles rectas, calles curvas?" un seu argument anterior exposat al pròleg de *La práctica del Urbanismo* (1984) on havia contextualitzat les preocupacions de l'urbanisme de principis del segle XX:

"A finales del siglo XIX un agreste debate sacudía las mentes y los tableros de los urbanistas centroeuropeos. ¿Calles rectas o calles curvas? Este era el dilema, a la vez estético e ideológico, que centraba dos visiones alternativas sobre la construcción de ciudades. Los progresistas tecnocráticos y los nostálgicos humanistas, ambos románticos. No era sólo un enfrentamiento caprichoso entre gustos o estilos. También. En el fondo se discutía si el objeto del urbanismo era cuestión de racionalidad o de disfrute: si el diseño de las ciudades era para economizar recursos públicos, o para incrementar las satisfacciones colectivas. En términos posmarxistas, la dicotomía se enunciaría entre ver la ciudad como parte del sistema productivo o verla como lugar del consumo social."

Les formes de comerç poden colonitzar voreres o sobreimposar-se a l'estructura parcel·laria, com han mostrat les escenes urbanes descrites als capítols anteriors, però sempre acaben per actuar sobre l'alineació dels carrers, sobreposant arrugues al seu traçat –regular, irregular-. Als carrers moderns es fa visible "l'exposició mútua de *tot el que hi ha* i de *tot el que es mou*" (Parcerisa, 2009); una exposició recíproca que es tradueix en vibracions físiques sobre la línia de façana que, més enllà de la geometria i de la forma de la seva traça, converteixen els carrers -rectes, ondulats i corbats- en *rugosos*. Són transformacions especialment visibles arran de terra i en la majoria dels casos, estan associades al comerç: aparadors, tendals, rètols i terrasses traslladen l'activitat més enllà de l'àmbit estricte de l'espai privat; porxos, passatges i galeries fan col·lectiu l'espai particular; escales, rampes, altells, principals i semisoterranis multipliquen els nivells d'arribada de l'arquitectura a la ciutat i converteixen en gruixut el pla del terra.

**42** "Reconocía la Comisión, y cómo no hacerlo? Que las calles porticadas se recomiendan a la vez por su comodidad y su belleza; y reconocía al propio tiempo que los edificios porticados, en cuando están destinados a habitaciones, son menos sanos que los demás, y que costosa es siempre la construcción de los pórticos, la obligación de hacerlos cede en daño a la propiedad particular. De ahí que, en su opinión, no deba haber una o dos calles porticadas, pero sin darse al edificio más profundidad que la que tendrá sin pórtico. Reconocía también al Comisión que algunas calles curvas, sobre todo cuando son muy dilatadas y muy anchas, de modo que siempre presenten una visual algo extensa, así como complacen porque rompen la monotonía de un conjunto de calles rectas, son menos higiénicas que estas calles, cuando son espaciosas y tienen edificios elevados (...)" *A Teoría de la Construcción de las Ciudades, Parte analítica. Apéndice. Memoria.*

**43** *A Der Städtebau nach seinen Künstlerischen Grund-Sätzen*, Sitte es posicionava per les no-rectes:

"Poseemos tres sistemas principales de urbanización: el rectangular, el radial, el triangular y algunos secundarios, combinaciones de los anteriores.

Desde el punto de vista estético no nos interesa ninguna de estas disposiciones, por cuyas arterias no corre ni una sola gota de sangre artística.

El fin que persigue los tres es la regularización del trazado, siendo pues desde el principio una orientación únicamente técnica; la red de calles cuida tan solo allí de la comunicación, jamás del arte.

(...) que (...) el efecto artístico pueda manifestarse en cualquier red de calles, no debiéndose ejecutar con la desconsideración brutal hacia el "genius loci" de las ciudades del Nuevo Mundo, lo que por desgracia se ha puesto de moda entre nosotros.

Hasta en el sistema rectangular pueden obtenerse plazas y calles artísticamente ejecutadas, con solo que el técnico permitiera al artista mirar, como quien dice, por encima de sus hombros en el trabajo, y dejase de vez en vez descansar regla y compás".

Les botigues arrencades que construeixen les façanes al pla del terra –unes façanes que formen part dels carrers (Ellis, 1978)- no responen a cap de les formes del comerç urbà explicades al segon capítol d'aquesta tesi: ocupen les plantes baixes del parcel·lari existent, s'adapten a construccions ja fetes i les modifiquen i transformen per aconseguir significar-se dins l'entorn. Ho fan a base d'elements que formen part dels edificis però que alhora qualifiquen el carrer i en formen part inseparable, a partir de manipular les estructures construïdes –estàtiques-, a través d'estratègies –dinàmiques- que es despleguen a l'envolupant de l'edifici i que són especialment presents arran de carrer.

La mirada al paisatge urbà que es desenvolupa en aquest capítol es fixa per uns instants en les intervencions físiques que participen en la construcció d'un escenari col·lectiu fet d'elements petits, de plecs que, sobresortint o *sobreentrant* de la façana dels edificis, determinen el paisatge de carrer. Són mecanismes de modificació de l'edificació basats en estratègies que busquen l'apropiació del lloc, la monopolització de l'atenció del vianant, la significació individual dins el conjunt anònim, la renovació i la transmissió d'impulsos constant.

**44** *A Town planning in practice: an introduction to the art of designing cities and suburbs*, Unwin introduïa la qualitat de la regularitat aplicable tant a la corba com a la recta:

"Las curvas pueden ser por supuesto tan regulares como las rectas. Apenas hemos comenzado a darnos cuenta de la gran variedad de combinaciones de líneas rectas y curvas que son posibles dentro de los límites de un diseño ordenado; probablemente éstos son ya suficientes para resaltar plenamente las bellezas que nacen de ambos tipos de vías, tanto rectas como curvas".

**45** Poëte descrivia a *Introduction a l'urbanisme. L'évolution des villes, la leçon de l'Antiquité* un punt mig entre la recta i la corba, que era la ondulació, semblant a la no-recta de Sitte:

"Observad la planta de una ciudad cualquiera. Podréis distinguir tres tipos de líneas: la línea recta, la línea ondulada y, finalmente, la línea curva. Podemos afirmar que la línea recta expresa, por medio de los trazos de la fisonomía urbana, la voluntad del hombre. La vía es recta porque, en términos generales, el hombre lo ha querido así, tanto si ha sido trazada por razones de orientación ritual como si lo ha sido con una finalidad puramente utilitaria o si responde a un simple criterio racional o estético.

(...) Sinuosa y flexible, he aquí, por otra parte, la calle [ondulada] que tiene como origen una huella humana, un camino que se ha formado longitudinalmente por el paso de los hombres. Este tipo de vía ha sido modelada en cierta manera por el propio suelo rodeando sus asperezas y sus depresiones. Puede tratarse de una gran vía de comunicación, o bien de un simple camino de explotación agrícola (campos, viñedos, prados), o industrial (bosques, tierras para ladrillos, tejas o cerámica, canteras de diversos tipos) o, incluso, de una senda de paso creada por un propietario para ir a su casa o salir de ella.

(...) Una tercera clase de línea es la curva, que constituye en esencia una vía de envolvimiento que se corresponde en numerosas ocasiones con una muralla, tanto si sigue su perímetro como si se extiende hasta el mismo emplazamiento de un viejo recinto fortificado. (...)"

### Un carrer rugós

L'observació dels elements lleugers que el comerç aboca sobre un carrer comercial serveix per descriure un fragment de paisatge urbà a partir de la suma de d'intervencions de detall, menudes, minúscules, moltes vegades espontànies<sup>47</sup> o efímeres, quotidianes al passejant.

La representació de les voreres retallades i de les façanes esculpides, la reinterpretació de l'espai col·lectiu, del rastre de l'empremta física del comerç sobre la frontissa entre edificis i voreres, dibuixa un seguit de boques, segons plans i telons de fons que descomponen en seqüències les amplades del carrer.

Els carrers als teixits històrics ofereixen a aquestes transformacions humanes un fons homogeni sobre el qual actuar, perquè mantenen una textura i una coherència en la seva morfologia que perduren amb el pas del temps, per la regeneració de l'edificació a través de la substitució

**47** Alison i Peter Smithson (1990), parlaven del respecte a l'*as-found* (el "tal i com ho hem trobat"), com a procés mitjançant el qual es recullen, es recol·lecten i es posen de costat les coses que ens dona l'entorn quotidià per convertir-les en material valuós:

"(...) Cuando nos propusimos la tarea de repensar la arquitectura a principios de la década de 1950, con lo "así hallado" nos referíamos no sólo a los edificios adyacentes, sino también a todas las huellas que constituyen recordatorios en un lugar y que deben leerse averiguando cómo el tejido construido existente del lugar ha llegado a ser lo que es. De ahí nuestro respeto por los árboles añejos como los "estructuradores" existentes de un solar donde el edificio es el nuevo por llegar... A medida que la arquitectura empieza a pensarse, su ideograma debería verse afectado por lo "así hallado" de manera que lo convierta en algo específico del lugar. De este modo lo "así hallado" fue una nueva mirada sobre lo ordinario, una apertura a cómo las "cosas" prosaicas podían revitalizar nuestra actividad creativa, un reconocimiento que se enfrenta a cómo era en realidad el mundo de la posguerra, en una sociedad que no tenía nada."

Cullen (1961) definia el paisatge urbà a partir de condicions com la pertinència al lloc, la viscositat, l'estruncament, els canvis de nivell, la silueta, les visuals, els desviaments, els incidents, les estretors, les fluctuacions i les ondulacions, la infinitud i el misteri, les continuïtats, les superposicions, la profunditat, l'exposició i la intimitat, la geometria i la distorsió; una llista extensa de sensacions que la ciutat transmetia als passejants i que l'autor traduïa a uns pocs elements funcionals molt concrets, com les baranes, les tanques, els esglaons, les textures i les retolacions. Són els plecs en els quals es recolza l'explicació d'aquest tercer escenari.

Si els carrer són les voreres, la gent que les trepitja, les façanes arran de terra i els locals en planta baixa, aleshores els aparadors, els rètols, els llums, els tendals, les marquesines i les terrasses, el conjunt d'arrugues i berrugues a les façanes infligides pel comerç, són els que defineixen les qualitats de qualsevol carrer. Són els que en determinen la seva ànima,<sup>46</sup> els que condicionen la percepció individual que cadascun dels passejants tindrà de l'horitzó urbà.

**46** Buck-Morss (1989) cita l'inici d'una de les notes del *Passagen-Werk* (1927-1930), on Benjamin transfereix al comerç, a la seva materialització al carrer, propietats de confort domèstic per al passejant:

"Las calles son la morada del colectivo. El colectivo es la esencia eternamente agitada, eternamente en movimiento que, entre las fachadas de los edificios soporta (*erlebt*), experimenta (*erfährt*), aprende y siente tanto como el individuo en la protección de sus cuatro paredes. Para este colectivo, las placas deslumbrantes de los comercios son un adorno de pared tan bueno y quizá mejor que para la burguesía un óleo en el salón. Los muros con el "*defense d'afficher*" son su pupitre, los kioscos de periódicos sus bibliotecas, las estafetas sus bronces, los bancos su dormitorio, y las terrazas de los café balcones desde los que, hecho su trabajo, contempla sus asuntos domésticos."

parcel·la per parcel·la.<sup>48</sup> Jacobs (1961) explicava com és la mida de les coses, i no el seu ús, el que visualment desintegra i desola el paisatge urbà, perquè és el que trenca l'escala i el llenguatge, generant un caos visual, fins i tot a vegades un desordre sonor, per causa de les funcions heterogènies d'aquestes peces més grans respecte a les de l'entorn. Un discurs similar al de Gehl (1987) quan defensava la concentració de peces petites com a factor indispensable per a generar activitat, i elogiava les estratègies de planejament que amagaven les peces més grans -bancs, oficines, cinemes- en una segona línia, deixant que aparegués en façana només el seu accés. Alhora però, sostenia Jacobs en el seu mateix text, encara que la petitesa no sigui sinònim de diversitat, per a la varietat són indispensables un gran nombre d'elements petits. I acabava per dir que de totes les diversitats possibles, la comercial era imprescindible tant socialment com econòmica per a les ciutats, i que era un agent desencadenant d'altres tipus de diversitat.<sup>49</sup>

La concentració dels tallers d'artesans segons els productes que manufacturaven en un mateix carrer a les ciutats medievals, simplificava les estratègies de competència entre uns establiments i altres: treballaven establint sinèrgies entre ells, i la proximitat entre uns i altres jugava al seu favor, provocant l'atracció de clients, alhora que simplificava als compradors la comparació entre el que ofería cada artesà. Els carrers comercials –a les grans metròpolis, però també a les viles més petites- continuen funcionant en sistema, per acumulació, transformant la proximitat en valor i reconeixent en l'oferta d'uns la possibilitat de l'enfortiment de la dels altres.

<sup>48</sup> Boudon (1975) associava forma amb funció als seus estudis sobre la morfologia i l'evolució a Les Halles a París: parcel·les llargues i estretes, totes de dimensions semblants, amb una lògica que responia a la del màxim aprofitament, possibilitant el major nombre de cases amb accés des de la via principal, de topografia favorable -perquè era camí de mercat- i amb molts carrers transversals -que permetien que el teixit circumdant s'alimentés de l'activitat d'aquesta artèria-. En ells, la subdivisió de les parcel·les que hi feien front es repetia “fins al límit en què el desenvolupament de la façana de cada parcel·la es podria convertir en massa estret per permetre la construcció d'una casa i la instal·lació d'una botiga a la seva planta baixa.” Per tant, era la funció econòmica -l'activitat- la que garantia la permanència del teixit en alguns carrers de la ciutat.

<sup>49</sup> “És més que una coincidència. Les mateixes condicions econòmiques que generen diversitat comercial estan íntimament relacionades amb la producció o la presència d'altres tipus de *varietat urbana*.” (Jacobs, 1961)

Aquest tercer escenari del *paisatge urbà* s'emplaça entre dos carrers que concentren botigues arran de terra que sobreviuen sense la necessitat d'una densitat d'habitants al seu voltant que en garanteixi la supervivència. Si al primer escenari les botigues que envoltaven els mercats eren de servei directe als veïns que penjaven d'aquells carrers i que s'abastien dels mercats que les catalitzaven, en aquest cas, els comerços no funcionen de manera individual sinó que basen el seu èxit en el fregament dels uns amb els altres, en la proximitat, en el sistema: no són botigues arreglerades sinó part d'un *carrer comercial*.

L'*Estudi de les activitats econòmiques a Barcelona*<sup>50</sup> (2014) eleva el cens de les activitats en planta baixa a la ciutat a 55.309 establiments, de les quals 24.000 -un 43,4%- són comerços. Fixa tres paràmetres per mesurar l'activitat comercial als barris: l'IATC -Índex d'Aprofitament del Teixit Comercial, que és el percentatge de locals ocupats respecte al total que podrien destinar-se a ús comercial; al conjunt de la ciutat és del 83,8%, on el 80% és el llindar per sota del qual es considera que el teixit es pot desertificar-, l'IDC -Índex de Dotació Comercial, el nombre de locals amb ús comercial per cada 100 habitants, un 3,35 per Barcelona-, l'IAC -Índex d'Atracció Comercial, el percentatge de comerços d'equipaments per la llar i la persona i cultura i lleure respecte el total de locals amb ús comercial, un 23,9% a Barcelona-.

A través de la definició dels eixos comercials, es tracten de “potenciar la concentració, diversificació i qualificació de l'oferta”, al mateix temps que aquesta concentració garanteix la competitivitat dels establiments que hi estan localitzats. Els que són de caràcter local estan destinats a garantir l'equipament dels residents al mateix barri; els de caràcter central atrauen clientela més enllà. El PECNAB defineix un total de 24 eixos comercials a la ciutat -7 de centralitat i 17 d'àmbit local-, dos dels quals se superposen amb aquelles zones amb índexs més alts a l'*Estudi de les activitats econòmiques*.

<sup>50</sup> [http://comerc.bcn.cat/sites/default/files/arxius/estudi\\_comerc\\_barcelona\\_2014\\_juny-ok.pdf](http://comerc.bcn.cat/sites/default/files/arxius/estudi_comerc_barcelona_2014_juny-ok.pdf)

La seqüència entre la Rambla de Catalunya a l'Eixample i la seva continuació sobre la traça del Portal de l'Àngel, presenta en cada un dels trams una homogeneïtat en la mida del parcel·lari que constitueix un escenari la varietat del qual queda determinada per la diversitat de les arrugues desplegades pel comerç. Un carrer amb rambla central i que s'allarga en un altre d'ús exclusiu per a vianants: la seva suma dibuixa un traçat per passejar on la presència de les activitats comercials és l'ús majoritari arran de terra, i on el grau de rugositat de la façana que se'ls atribueix en aquesta tesi és fàcil de mesurar.

El comerç al Portal de l'Àngel es va anar consolidant en un procés paral·lel al de la seva obertura fins a la plaça de Catalunya, iniciada al 1858 per Garriga i Roca amb una proposta d'alineacions, i continuada al 1871 amb l'aprovació d'un projecte d'urbanització. Quinze anys més tard, en acabar-se les expropiacions i els enderrocs, va començar a executar-se l'obra, i va quedar a punt per l'Exposició Universal de 1888. Des de l'any 1920, encara amb les façanes des de Canuda fins al carrer dels Arcs desalineades, i amb una forma que no s'acabaria de connectar amb la Plaça de Catalunya fins al 1940, es va tractar d'unificar la traça sota un mateix nom i convertir-la en el Portal de l'Àngel.<sup>51</sup>

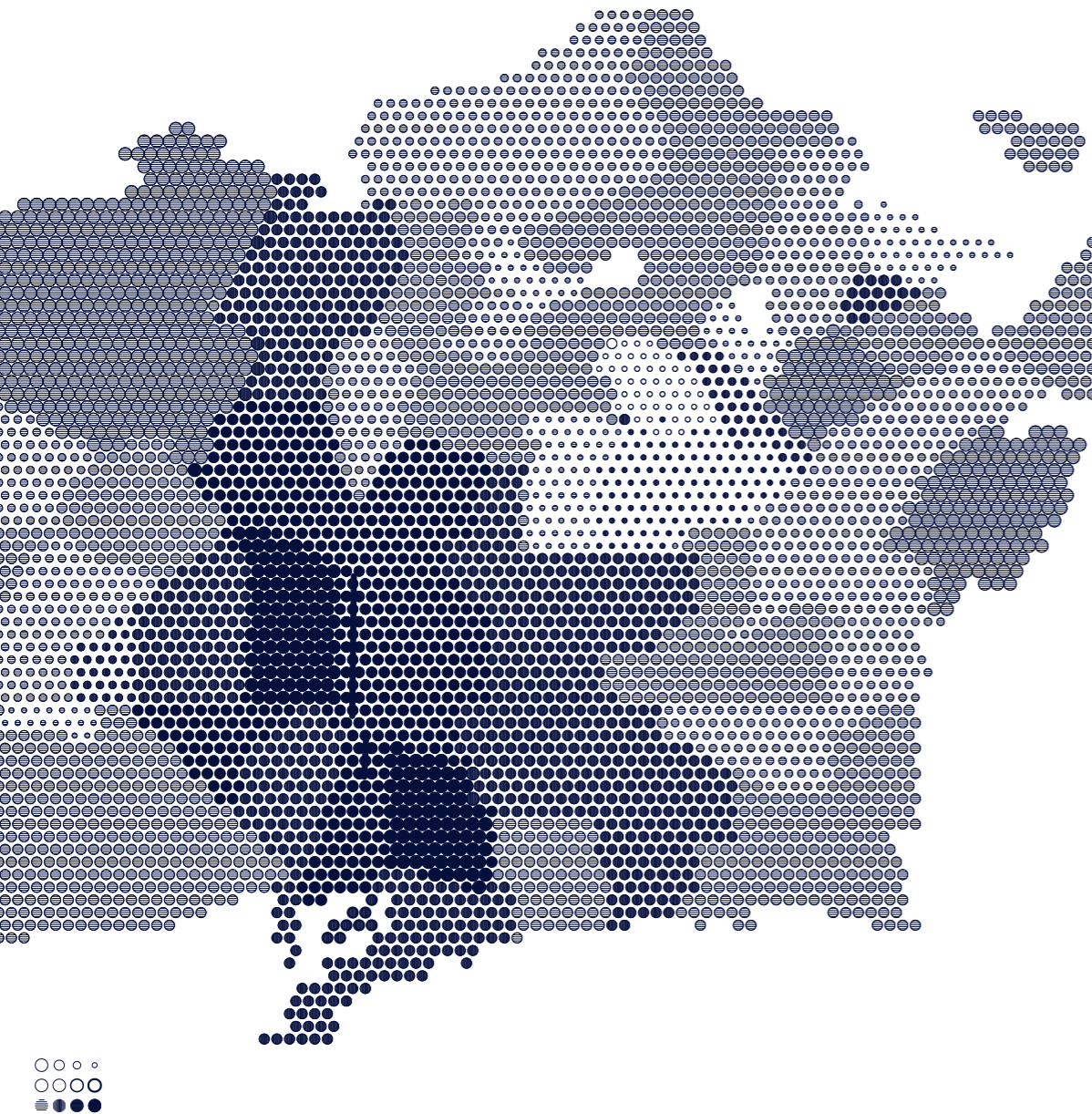
<sup>51</sup> Els propietaris de les finques a la Plaça de Santa Anna es resistien al canvi, i van fer servir com a argument en la seva lluita el caràcter comercial del lloc, tal i com es recull a l'expedient 14, caixa 207, d'agost de 1922 a l'AMCB:

"(...) Entenem que tota reforma, modificació o innovació, per ésser justificada deu haver de portar en si algun benefici o millora o bé, de no ésser aixís, no portar tampoch cap inconveniència. I els que sotscriuen, fills y vehins alguns i vehins tots de botigues o pisos d'una o altra de les vies de Plassa de Santa Agna i Portal de l'Àngel, declaren no haver may sentit la necessitat, l'utilitat ni la conveniència de l'unificació o rectificació que's proposa y estimem, per contra, que de realitzarse ocasionaria moltes series perturbacions y perjudicis.

(...) Y aváns de tot, hem de remarcar d'una manera particular que may, fins aquest present cas, que recordém, ha intentat la corporació municipal barcelonina de procedir al cambi de nom d'una via de primer ordre, tant céntrica y de tanta passada com es la Plassa de Santa Agna, en realitat l'únich gran pas de la ciutat anitga comunicant ab la nova p'els sectors de més inténs tránzit. Tot això, fá que compti ab un nombre considerable de magatzems y botigues á quin preu mes important y que'l seu nom sigui y hagi sigut sempre conegut y recordat no solsament á la matexia ciutat, sinó arreu de Catalunya y fins fora d'ella. Y es ben sabut, que'ls establiments de la faysó y condicions dels que referim, adquireixen sovint quan no sempre, anomenada al extendres a dins y á fora, arriuen a ésser referits y designats, mes que per cap altra cosa p'el nom del carrer ó nom y número de la via ab que ha sigut primerament coneguts.

(...) Siutats á les mateixes, [vies, Portal de l'Àngel i Plaça de Santa Anna] son nombrosos els establiments que posseheixen unes fassanes ó fornits ab instal·lacions costosíssimes quin cambi de numeració els obligaria á fortes despeses, y en alguns cassos d'una reforma parcial difícil o impossible per constituhi un tot lo número ab lo restant del treball.

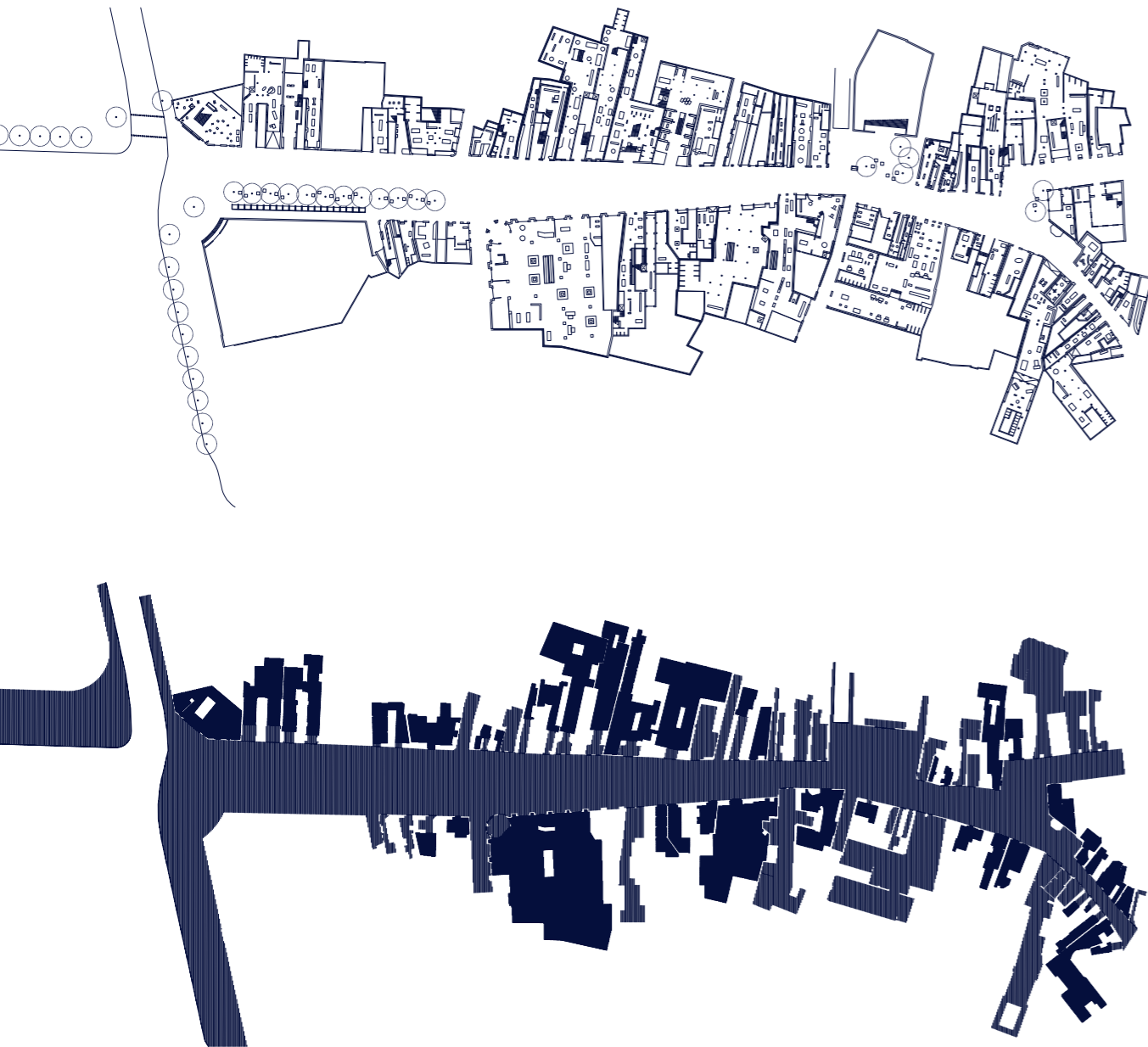
&gt;&gt;



^ **IMG 3.3.1: Cartografia d'un paisatge urbà (09)** / Contextualització de la Rambla de Catalunya i el Portal de l'Àngel en relació amb el plànol de densitat i intensitat comercials a Barcelona.

Valors de l'IATC -Índex d'Aprofitament del Teixit Comercial, de major a menor diàmetre: > de 90, entre 80 i 90, entre 70 i 80 i < de 70-, l'IDC -Índex de Dotació Comercial, de menor a major gruix del perímetre: < de 20, entre 20 i 30, entre 30 i 40 i > de 40-i l'IAC -Índex d'Atracció Comercial, de menor a major densitat de trama interior: < de 3, entre 3 i 4, entre 4 i 5, < de 5.

Font: Elaboració pròpia a partir de la interpretació dels plànols per barris de l'*Estudi de les activitats econòmiques a Barcelona*, maig de 2015.



A principis dels anys 90' es va urbanitzar l'avinguda amb plataforma única, i els establiments tendeixen a enrasar els seus aparadors amb la línia de façana o a convertir-la en cortina climàtica, fent mínim l'espai de llindar i establint unes relacions dels uns amb els altres i de tots amb el carrer que assimilen el comportament dins l'espai al que es desenvolupava, a una escala més domèstica i domesticada, als interiors dels primers passatges. La pressió del preu del sòl dels locals<sup>52</sup> força a aprofitar-ne tota la superfície com a lloc de venda, i l'acompanyament del paviment únic facilita l'absència de llindars entre interior i exterior.

<<

(...) Ignorem els motius que hagin pogut guiar a la projectada unificació en qüestió, empró, alguna modificació de caràcter semblant formulada també d'aquests darrers temps p'els corresponents organismes d'aquest Excel·lentíssim Ajuntament, ens fa pensar que potser s'al·legui lo formar una sola via lo Portal de l'Àngel ab la Plassa de Santa Agna. Si aixó se digués, obgetariem que aixis ha sigut sempre y may ha motivat cap queixa ni reclamació ab tot y esser deficientissima ó nula la retolació d'abdugues vies, com després observarém. Y fariem també notar que les mateixes Rambles -entre altres vies de la ciutat que podríem citar- se troven en igual cas, y ampliat, de fer una via única portant un seguit de noms, y no obstant les mateixes circumstancies no creyém pas se pensi ferhi cap unificació com la que comentém. Y fora de Barcelona, á Paris, hi han els rectes Boulevards, universalment coneguts y altres céntriques y famoses vies, també ab un seguit ó successió de noms y sense que al passar de l'un á l'altra els separi, tantes vegades, mes que un senzill carrer, no sempre de gayra amplada, exactament com s'escau á la divisoria del Portal de l'Àngel y la Plassa de Santa Agna.

Y lo mateix podríem dir de Londres y d'altres grans capitals y fins se podria afirmar que es, precisament, característich de les mes recomenades, lo possehir céntriques y conegudissimes vies canviant repetidament de nom en lo curs, sense que aytals canbis portin cap confusió, ni als que habiten la ciutat ni á les immenses llegions de forasters que constantment les visiten. Y no passa cap confusió, perquè les Administracions d'aquelles metròpolis cuyden ab zel especial, de detalls quina observació contribueix a guanyat y á mantindre la reputació de capital model. En aquest cas, ens referim concretament á la gran cura quès té d'anunciar AB profusió els noms dels carrers y altres vies pel mitjà de rètols, ben clars y conservats, col·locats en llocs ben visibles de les faisanes ó parets de les cases, á les dogues bandes de cada cap de carrer, es á dir, dobles rètols, aixis com un á cada costat de cantonada que formi y altra al devant del carrer que hi dongui perpendicularment. (...)"

**52** Un estudi de novembre de 2014 de Cushman & Wakefield situava el Portal de l'Àngel com el carrer amb el preu més alt per als locals a tot l'Estat espanyol, amb 3.240 €/m<sup>2</sup>, per davant de Preciados a Madrid. En el rànquing global, és només la posició 63 d'una llista que encapçala Fifth Ave. a New York (29.822 €/m<sup>2</sup>), seguida per Causeway Bay a Hong Kong (23.307 €/m<sup>2</sup>), els Champs Elisés de Paris (13.255 €/m<sup>2</sup>) i la New Blond de Londres (10.361 €/m<sup>2</sup>).

Font: <http://www.europapress.es/economia/macroeconomia-00338/noticia-economia-macro-barcelonesa-portal-angel-madrilena-preciaados-calles-mas-caras-abrir-tienda-20141119121000.html>

### IMG 3.3.2: Cartografia d'un paisatge urbà (10) / Un pa[is]atge de franquícies

Representació de l'espai comercial al Portal de l'Àngel. Un 80% dels locals corresponen a franquícies. La urbanització amb plataforma única afavoreix l'aparició de locals sense tancaments i la d'espais de llindar plegats cap a l'interior de l'alineació -al dibuix, amb la mateixa trama que el paviment del carrer-. No

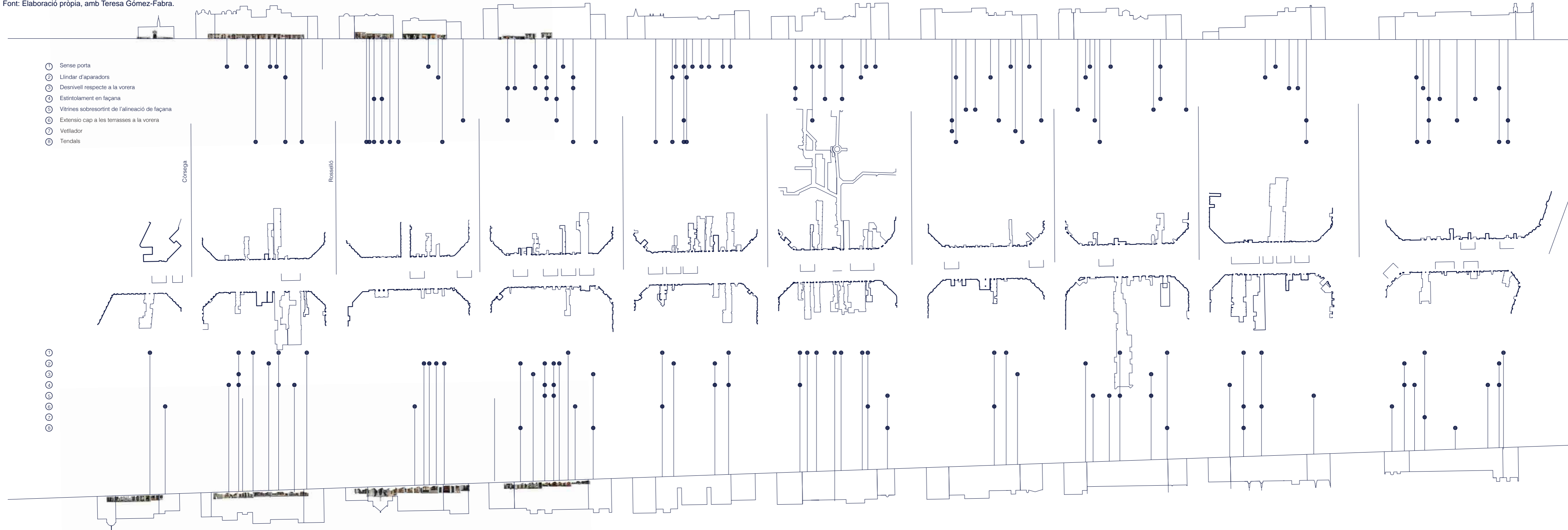
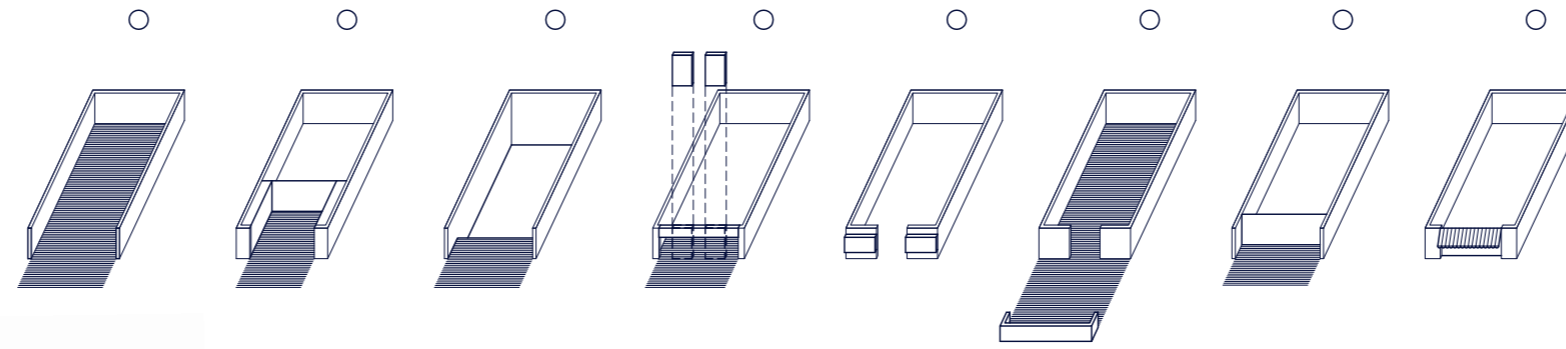
Font: Elaboració pròpia amb Teresa Gómez-Fabra, maig de 2015.

**IMG 3.3.3: Cartografia d'un paisatge urbà (11) / Un carrer asimètric: ritmes i estratègies de les rugositats en planta baixa.**

Representació en planta de les arrugues en façana augmentant el gruix del traç del dibuix com més constant és i menys visible es torna: ondulacions en façana -reclaus i reculades- que són part de l'arquitectura i per tant hi són sempre, vs. locals de restauració sense porta que eixamplen puntualment la vorera, vs. locals comercials sense porta que l'eixamplen menys estones.

Representació de les estratègies de relació de la planta baixa amb el carrer -a partir de 8 categories- i anàlisi dels ritmes i repeticions de cadascuna en la construcció d'un horitzó en planta baixa vibrant.

Font: Elaboració pròpia, amb Teresa Gómez-Fabra.



La Rambla de Catalunya, per la seva banda, tenia una amplada de 20 metres als primers esquemes de Cerdà, com un carrer més de l'Eixample. Però la preexistència del Passeig de Gràcia i la voluntat de mantenir-ne la traça i l'amplada, van fer que al projecte original es modifiqués el dibuix de la Rambla, inclinant-la 1° respecte al traçat de qualsevol dels carrers verticals i donant-li 10 metres més entre façanes.

La reforma de la secció el 1990, va ampliar les voreres laterals fins a 3,50 m i la rambla central a 13 m, de manera que totes tres plataformes per a vianants es van eixamplar i el trànsit rodat va quedar reduït a la mateixa amplada que a qualsevol carrer de l'Eixample. La colonització sistèmica de mitja rambla amb terrasses ha mutat el caràcter de carrer simètric cap a la d'un eix on es fa més visible als vianants la façana Besòs, la ben assolellada. La persistència d'un parcel·lari que ha romàs sense modificar significativament la fesomia del carrer, posa de manifest la transitorietat de les arrugues desplegades pel comerç, que són les que fan visibles el pas del temps al carrer.

Tots dos carrers són obertures modernes a la ciutat, van néixer quan era el comerç i no els artesans el que ocupava les plantes baixes de la ciutat central, i tots dos s'han mantingut al llarg del temps en equilibri al servei dels vianants, refent les seves seccions per adaptar-se a les exigències d'espai per passejar arran dels aparadors de les botigues. La mirada a tots dos carrers des de l'òptica dels plec que desfan la delimitació entre espai públic i privat,<sup>53</sup> la representació de la irregularitat de l'espai col·lectiu en contrast amb les alineacions de la vorera, interpreten els ritmes superposats al *pla visible* de la ciutat.

**53** L'aixecament de 1748 de Nolli ensenyava Roma a través d'alguns dels seus espais i edificis públics. Dibueixava els carrers, les places, els jardins i els patis dels palaus, i representava amb detall la planta de les esglésies, l'espai col·lectiu a cobert de la ciutat. La resta del gruix del teixit edificat era una taca negra.

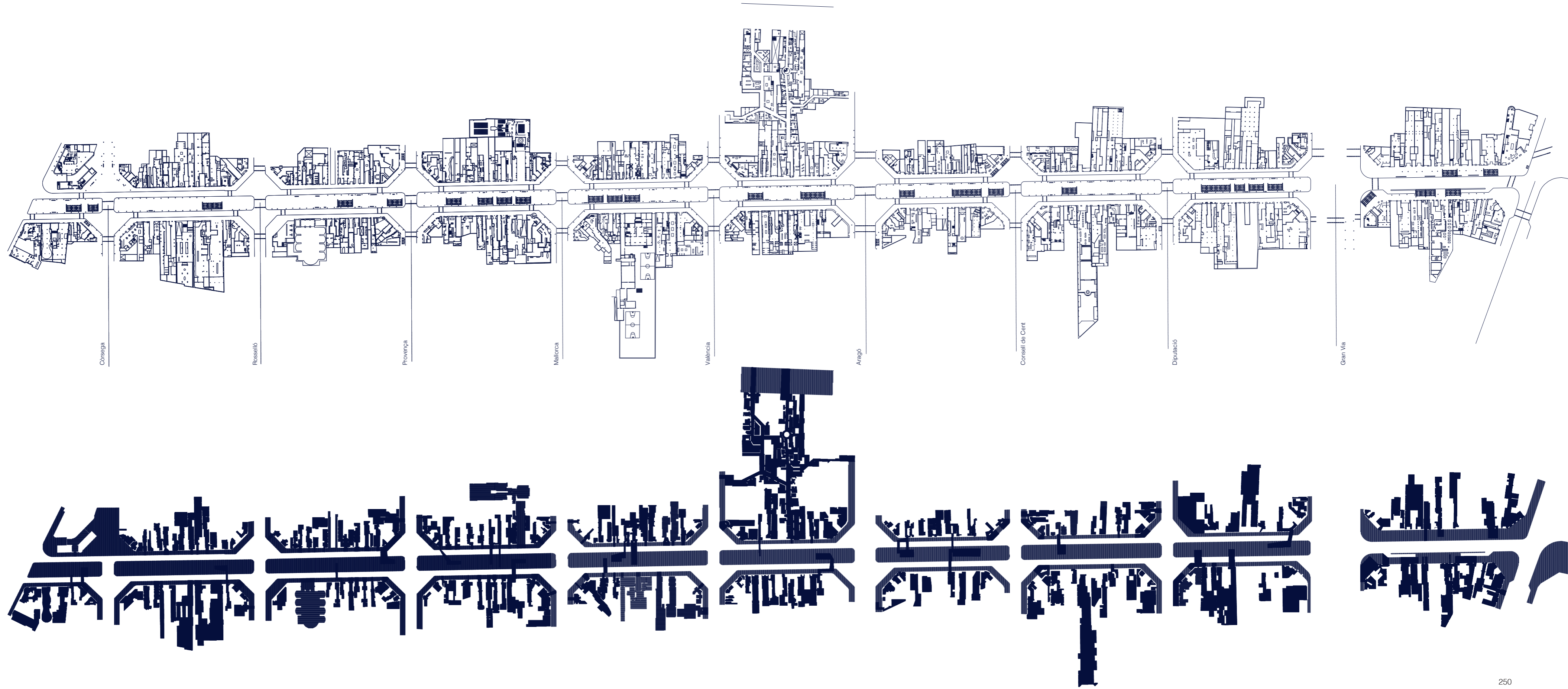
Miquel Garriga i Roca cent anys més tard va dibuixar els seus quarterons a escala 1:250 del plànol topogràfic de Barcelona, i entre el massís de les mansanes de cases, representava (aquí hi ha un matís important respecte al dibuix de Nolli) tots els edificis públics en el seu tall en planta baixa. A més, recollia amb detall les porxadades medievals de la Ribera, les de les Voltes dels Pintors i les de les cases d'en Xifré, que tot i pertànyer a cases particulars, generaven espais protegits que es convertien en col·lectius per la ciutat.



**MG 3.3.4: Cartografia d'un paisatge urbà (12) / Un carrer asimètric: Les amplades del carrer.**

La vibració en façana es converteix en vibració en amplada del carrer quan el que es representen són els espais col·lectius en planta baixa. Tot i l'aparent continuïtat de l'activitat en façana i tot i tractar-se d'un carrer d'alta intensitat comercial, els buits i els silencis tenen igualment el seu lloc en el paisatge.

Font: Elaboració pròpia, amb Laia Vilaubi i Teresa Gómez-Fabra.

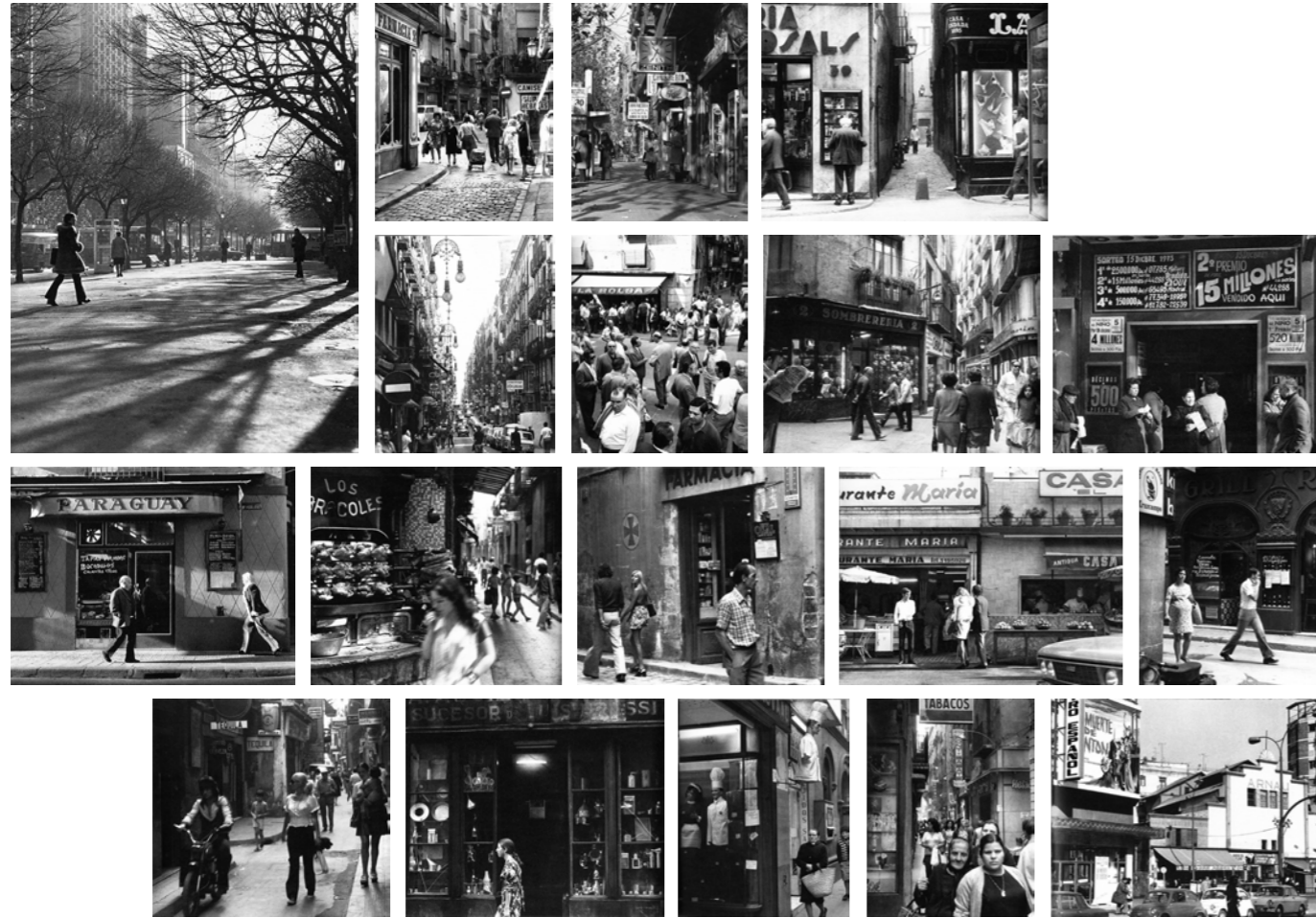


### **Forma, arrugues i berrugues**

Quan els carrers es converteixen en carrers comercials passen a ser lloc de connexió –entre botigues- i deixen en segon terme la seva funció original de ser llocs per ells mateixos, de ser llocs de destinació. Al mateix temps, els seus usuaris ja no són només vianants sinó que s’homogeneïtzen sota la identitat de *consumidors* (Loukaitou-Sideris, 2009). Als carrers dels centres urbans històrics densos, compactes, seductors, però també ocupats i explotats, el comerç respon a les dinàmiques globals imposades per botigues de franquícies, on els consumidors i els turistes - consumidors a les botigues, a l’espai públic- queden sotmesos als impulsos amb que els establiments competeixen els uns amb els altres per captar-ne l’atenció.

Sobre els carrers se superposen elements que enriqueixen les arquitectures arran de terra: rètols, aparadors, cadires i tendals s’afegeixen a carrers i edificis i donen complexitat a la percepció i l’ús de l’espai públic; els desnivells allunyen del pla del terra el nivell horitzontal de l’activitat. Són accions que serveixen al comerç, que el signifiquen a l’entorn -canviant-lo per satisfer necessitats concretes, i fent que amb les modificacions guanyi en seguretat psicològica, estètica simbòlica i posicionament territorial (Lang, 1987)-; és la transformació de l’escenari físic el que genera que l’activitat que les ha provocades s’hi identifiqui: “A través d’aquestes accions, les activitats personalitzen la interfície amb el carrer i estenen un sentit de pertinença i identitat amb l’espai públic a l’aire lliure” (Metha, 2013).

La territorialització -la personalització de l’espai públic- basada en la interacció entre les persones i les formes construïdes que habiten és una de les essències del paisatge urbà. Utilitzar els edificis és exercir el control sobre ells, i controlar vol dir transformar: no hi ha diferència entre projectar un edifici o habitar-lo (Habracken, 1995). Que els locals comercials sota construccions d’altres usos siguin espais residuals, plantes diàfanes entre pilars i baixants que les cases del damunt descarreguen sobre el pla del terra, no és obstacle: les pròpies



IMG 3.3.5 (i >>): Rugositats del comerç als carrers de Barcelona.

Font: Fotografies de Català-Roca a Espinàs, J.M. (1977), *Vuit segles de carrers de Barcelona. De Montcada a Tuset*, Barcelona; ed. Destino



condicions del que s'hi vagi allotjant al llarg del temps n'aniran establint noves fesomies que contribuiran a redibuixar una vegada i una altra el paisatge de carrer del qual formen part.

Aquests plecs, els elements lleugers afegits, constitueixen un desplegament físic de recursos destinat als vianants, que veuen sotmesos els seus sentits als estímuls del carrer.<sup>54</sup> Passejar per un carrer comercial no és una activitat neutra: l'horitzó de les plantes baixes, els aparadors i el carrer queda exposat a la vista, sotmès a un camp de visió fonamentalment horitzontal -un angle recte centrat a l'eix del cos-, uns deu graus encarat al terra -per mirar on trepitgem- i molt limitat cap amunt (Gehl, 1987). La rugositat de les façanes atrapa o refracta el vianant: no és només una qüestió de transparències i confort, sinó també de distàncies i mides, que interpel·len de manera directa els sentits i la percepció dels vianants.

Aparadors, terrasses, rètols, llums, tendals i marquesines sumen un catàleg d'elements lleugers que se superposen als edificis i a les voreres i que construeixen l'escenari del carrer, engruixen les architectures, enriqueixen el grau d'activitat col·lectiva i donen complexitat a la comprensió i l'ús de l'espai públic. Però al mateix temps, en créixer i acomodar-se, a cops s'enquisten a l'espai públic i l'ocupen i se'l fan seu, per damunt de l'ús col·lectiu que els manava, i el particularitzen per a una determinada activitat. Cadascun amb les seves tàctiques, cada plec amb una memòria i uns sentits sobre els quals actuar; la mida, el ritme amb que es repeteixen, l'absència dels que no hi troben lloc, la superposició de tots ells, és el que construeix i qualifica cada *paisatge de carrer*.

A les primeres botigues, el mostrador feia de divisòria entre carrer i interior. En créixer, el taulell va situar-se perpendicular a la façana, i els establiments comercials va passar a ser un lloc a cobert on entrar i estar-s'hi mentre es comprava (Pevsner, 1976). Fins que van aparèixer les *vitrines*, el producte es mostrava al carrer a través de les finestres

<sup>54</sup> En aquest caminar desinteressat, segons els estudis de comportament duts a terme per sociòlegs en aquest àmbit, els passejants perceben quatre trets en la relació de les activitats amb el carrer que caracteritzen aquests *tercers espais* i els estimulen els sentits (Mehta i Bosson, 2010): la personalització de la façana (que provoca l'interès per parar i mirar), la permeabilitat de l'interior cap al carrer (no només en termes de transparència de façana, sinó de fer entendre a l'exterior què passa a dins), la presència d'espai per seure a l'exterior (que acostuma a estar destinat a menjar i beure, activitats que s'associen a l'oci i la socialització), i la protecció des de l'interior de l'espai del carrer (l'aixopluc que donen la forma i la materialitat de les vores del contacte de l'edifici amb el carrer).



\* L'Ordenança dels Usos sobre el Paisatge Urbà de la ciutat de Barcelona (1999) condiciona la mida dels aparadors a la dels buits de la façana dels edificis: n'han de tenir les mateixes dimensions, no poden sobresortir ni envair més enllà del pla de la façana, han de ser totalment tersos i sense arrugues, i han de dur incorporada la retolació del local. Prohibits els plecs enfora, els vidres es pleguen endins, i els llindars entre vitrines es converteixen en el mecanisme de multiplicar la superfície expositiva dels locals.

#### Article 51. Fusteria, tancaments i cancells

1. Als efectes d'aquesta Ordenança, s'entén per fusteria l'element laminar de separació entre l'espai interior d'un local o vestíbul i l'exterior, compost normalment per una superfície predominantment de vidre transparent sostinguda per un element lleuger de fusta, metall o similar. / Es conceptua com a tancament els elements de protecció de la fusteria, com també les reixes i les persianes.
2. Es permet l'adequació de la fusteria, els tancaments i els cancells a la composició arquitectònica de la planta baixa, en les condicions següents:
  - A. La fusteria, el tancament i el cancell d'un local o vestíbul en planta baixa s'han de conservar quan siguin originaris.
  - B. Quan la fusteria, el tancament o el cancell d'un local o vestíbul hagin estat substituïts en actuacions anteriors, es restituiran a la seva posició i cromatisme originaris. En tot cas, s'han de tenir en compte, com a criteris de col·laboració, els aspectes següents:
    - a) La seva col·laboració ha de possibilitar la correcta ubicació dels elements regulats per a aquesta normativa, en especial pel que fa a distàncies del pla de la façana.
    - b) La fusteria i els tancaments de tota la planta baixa d'un mateix edifici han de ser homogenis.
3. La fusteria i els tancaments de locals comercials constitueixen ús natural del paisatge quan compleixen les prescripcions següents:
  - A. Han d'estar sempre integrats en els buits arquitectònics corresponent.
  - B. Es prohibeixen els aparadors, terrasses i qualsevol altre element tancat que envaeixi l'espai públic.
  - C. La fusteria d'un local és el suport normal al qual han d'integrar-se els rètols regulats per aquesta normativa i les reixes de l'aire condicionat, quan calgui.
4. Les portes i cancells dels vestíbuls han d'estar totalment lliures d'elements adossats.\*

dels locals, o s'apilava a l'exterior -protegit amb tendals o porxos de fusta- per apropar-lo als vianants. Alguns comerciants presentaven el que oferien amb caixes sobre suports vestides amb seda o lli, tractant que el luxe en l'exposició es pressuposés al producte exposat, però la majoria dels botiguers encara consideraven aquestes estratègies com a exhibicionistes i preferien reservar la mercaderia a un interior poc il·luminat, o guardar-la apilada en magatzems fora de l'accés al públic. A finals del segle XVII van aparèixer els primers aparadors vidrats: als inicis estaven compostats per quarterons i van anar evolucionant per acabar fets de peces de vidre més grans.

En obrir-se els interiors comercials cap al carrer, pensar en què es mostrava i com es feia dins les noves vitrines va passar a ser una qüestió urbana: els passejants s'hi aturaven davant per mirar endins des del carrer; mentre a Europa es construïen els aparadors de manera artesanal, als Estats Units el seu disseny es va convertir en un negoci i va adoptar de seguida els processos d'industrialització. Leach (1989) explica com la innovació va arribar el 1889 de la mà de Baum, que va apostar pel potencial estètic dels aparadors i els va considerar prioritaris en les estratègies de publicitat de l'establiment cap a la ciutat. Es tractava de dotar les botigues, per petites que fossin, de grans finestrals i, per fer-los tan profunds com fos possible, de construir decorats de fusta, de doblegar la superfície de vidre per estirar-la al màxim; de cop els venedors van veure com havien d'aprendre sobre electricitat, o sobre il·luminació, o sobre l'impacte de colors i formes sobre els sentits i la percepció. Els displaymen -un ofici dut a terme fonamentalment per homes- de seguida van aprendre a construir escenografies que servissin no tant per mostrar els productes com per atraure l'atenció: amb llums intermitents, amb banderoles onejant, amb fonts artificials. Sobre aquest fons, el que es mostrava era secundari: un únic producte disposat sobre un escenari desbordant aconseguia captar la màxima atenció.

A principis del segle XX es van anar sofisticant els aparadors, incorporant vidres de colors i projectors de llum, *dimmers*, persianes o cortines mòbils. Les companyies dedicades a l'aparadorisme anaven proveint les botigues amb accessoris que es van convertir en imprescindibles: pedestals i mostradors per barrets, velluts i altres teles luxoses per fer de telons de fons, escenografies de fusta per construir els fons dels aparadors, elements de decoració per traslladar el producte a una atmosfera determinada, o *maniquins* que traslladaven l'escala humana a l'espai que separava botigues de carrer.

**IMG 3.3.6: Un regard oblique: tableau de Wagner dans la vitrine de la Galerie Romi.** Rue de Seine, París, Robert Doisneau (1948). L'interior de la botiga és l'enclavament per espiar les reaccions dels vianants davant el quadre penjat al brancal de l'aparador. L'escena és capgira: la diversitat no està en passejar i deixar-se seduir sinó en les reaccions dels flâneurs sorpresos per la pintura.

Font: Doisneau (1989) Un certain Robert Doisneau, Paris: editions of the Oak.



Fins a finals dels 1800s, algunes sastreries angleses havien fet servir models de carn i ossos per mostrar els seus vestits, tractant d'allunyar-les el màxim possible de qualsevol opció de mostrar-los com a objecte de desig, sempre amb el cos completament cobert i en la majoria dels casos, vestint-les de negre (Paquet, 2003). Les primeres figures artificials van seguir amb l'asèpsia dels models naturals, eren estàtiques i sense expressió; després els creixerien els cabells, es convertirien en articulables i transmetrien estats d'ànim; durant la dècada dels 1880s va aparèixer a Nordamèrica la primera indústria de cera que els comercialitzava. Encara només torsos, figures sense cap, sense braços, sense peus omplien els aparadors a la majoria dels magatzems; amb el sol i darrere les vitrines acabaven per deformar-se (Leach, 1989). Després van fer-se de sabó, a perfeccionar-se: amb el canvi de segle i fins als 70s i coincidint amb la comercialització de la roba *prêt-à-porter*, es va estendre l'ús dels maniquins de figures femenines, una contribució més en l'assimilació de la moda popular dels grans magatzems a les condicions del luxe reservades fins aleshores als productes a les vitrines de les sastreries, i van començar a fer-se quotidians als carrers i als vianants. Eren figures cada vegada més dinàmiques i expressives, que no només desencadenaven el desig de comprar, sinó que començaven a contribuir a la difusió de comportaments i rols.

La imatge estàtica dels maniquins –de les figures de cera- simbolitzava per a Benjamin la immobilitat històrica: veia en ells figures que no decaïen amb el pas del temps, però a les quals se'ls hauria de renovar el vestuari i canviar el pentinat perquè no semblessin envellides (Buck-Morss, 1989). El temps atrapa els maniquins des que van inventar-se: combinats entre si i col·locats a les escenografies que els feien de fons, van convertir els aparadors a peu de carrer en finestres a qualsevol dels mons possibles: mentre la composició de les vitrines a les botigues grans se sofisticava fins a ser motiu d'atracció urbana -els grans magatzems de tot el món van associar el canvi d'estació en canvi d'aparador, i el van convertir en un esdeveniment anunciat i esperat-, les petites jugaven a fer créixer els seus i a significar-los a l'horitzó dels ciutadans.

Aquests aparadors són el mecanisme de reclam més directe i de proximitat de què disposen els establiments per intentar ressaltar en un entorn de competència evident. No es tracta tant d'ensenyar el què



**IMG 3.3.7: Bownit Teller display**, New York, Salvador Dalí, 1939 (^) / Andy Warhol, 1961 (v)

Font: [http://collections.mcnyc.org/C.aspx?VP3=SearchResult\\_VPage&VBID=24UAYWLNLU5G](http://collections.mcnyc.org/C.aspx?VP3=SearchResult_VPage&VBID=24UAYWLNLU5G), <http://www.tate.org.uk/art/artworks/kelley-andy-warhol-window-display-for-the-bonwit-teller-department-store-new-york-1960-102640>, consultes novembre 2013.



s'hi ven, sinó d'apropar els vianants a les portes de la botiga: l'aparador es converteix en un punt d'atracció de vianants. L'aparador reclama, la gent s'hi aboca.<sup>55</sup>

La necessitat de cridar l'atenció al carrer desencadena mecanismes que intervenen directament sobre la composició de l'arquitectura i amplifiquen la superfície d'exposició en contacte amb el carrer. S'esculpeix el massís de la façana i es fan operacions d'estintolament en plantes baixes, o es modifiquen les proporcions dels buits per augmentar la superfície d'exposició dels locals i la visibilitat dels productes. L'aparador es un element modelable en la relació entre interior i exterior, l'eina que relaciona de manera més directa l'interior d'uns locals no pensats per a cap activitat concreta amb la vorera.

Vitrines que sobresurten per atraure el vianant, però sobretot, vidres que es pleguen endins per aconseguir més superfície expositiva i generen un espai de lliandar que aixopluga el vianant: la manera en com es resol l'aparador defineix la transició entre interior i exterior. Amb voreres amples, o aparadors petits o allunyats dels fluxos dels vianants, les vitrines es prenen llicències i surten de l'àmbit de la botiga: publicitat i aparador es confonen i es converteixen en intervencions independents sobre el paisatge urbà. Quan la vorera s'eixampla i fa concavitats a la façana és quan apareixen les oportunitats de relació i intercanvi entre uns i altres (Jacobs, 1961); les ciutats on s'està bé al carrer són les que tenen façanes irregulars -les que tenen nínxols, forats, portes, escales- Gehl (1987). Són racons que hi són de dia, quan les persianes pugen i el comerç obre, però no de nit, són vores que es dilaten i es contrauen, i però tot i aquest moviment, és on la ciutat se la juga, "si les vores fallen, l'espai mai serà viu" (Alexander, 1977).

<sup>55</sup> Tot i així, mirar aparadors no pot competir amb el badar amb el dia a dia. Ho explica Gehl (1987):

"L'atenció que es presta a les persones i les activitats humanes també es va posar de manifest en les observacions realitzades en relació amb l'expansió d'uns grans magatzems de la zona. Mentre l'excavació i abocament de fonaments estaven en marxa, era possible veure en l'obra a través de dues portes donen al carrer de vianants. Al llarg d'aquest període més persones es van aturar per observar els treballs en curs en l'obra que en el cas de parades al davant dels quinze aparadors dels grans magatzems junts. En aquest cas, també, van ser els treballadors i el seu treball, i no l'obra en si que era l'objecte del seu interès."

**< IMG 3.3.8: Cynthia**

"In 1937, LIFE magazine launched the career of an up-and-coming starlet in a multiple-page photo spread that, overnight, made "Cynthia" a household name. In very short order she became an A-list celebrity; was given her own television talk show and starred on the silver screen; was sent jewels and dresses by top fashion houses; was briefly engaged to one of radio's biggest stars; and became one of the most recognizable faces in the fashion world.

There was just one minor catch: Cynthia was a mannequin. Not a mannequin in the way a runway model is a mannequin. But a mannequin mannequin. A made-of-plaster mannequin.

Cynthia's story begins in a small Midwestern town in the early part of the 20th century. Her creator, Lester Gaba, was a Hannibal, Missouri, shopkeeper's son with dreams of a grand life in the big city. He achieved it through his uncanny skill at one of the Great Depression's quirkiest national crazes — soap sculpting. Buoyed by the fame he earned as a soap sculptor, Gaba moved first to Chicago, then to New York City in 1932, where he went into fashion and retail and pioneered the design of department-store windows. (One story has it that moved to New York to be close to his reputed lover, the stage and film director Vincent Minnelli.)

Only years before Gaba came on the scene, mannequins were often still ponderously heavy, relatively unrealistic creations of wax. They melted in the summer heat, and even sometimes bore frightening rictus grins of real human teeth. Upper-class women preferred to see how their clothes looked by having them modeled on young, human women. Gaba was one of a wave of pioneers making modern mannequins that combined style with realism — his so-called "Gaba Girls."

Gaba boasted that his mannequins were nearly indistinguishable from well-dressed human women, and pointed out that his creations had charming imperfections just as real women did, such as freckles and different-sized feet.

But the undisputed magnum opus of Gaba's career came in the form of a 5' 6", 100-pound doll he dubbed Cynthia. He brought her with him to nightclubs and social events. She became something of a New York nightlife fixture. Meanwhile, the country's finest stores lavished Cynthia with attention — and free gifts of dresses, shoes, furs and jewelry. Saks Fifth Avenue even issued her a credit card.

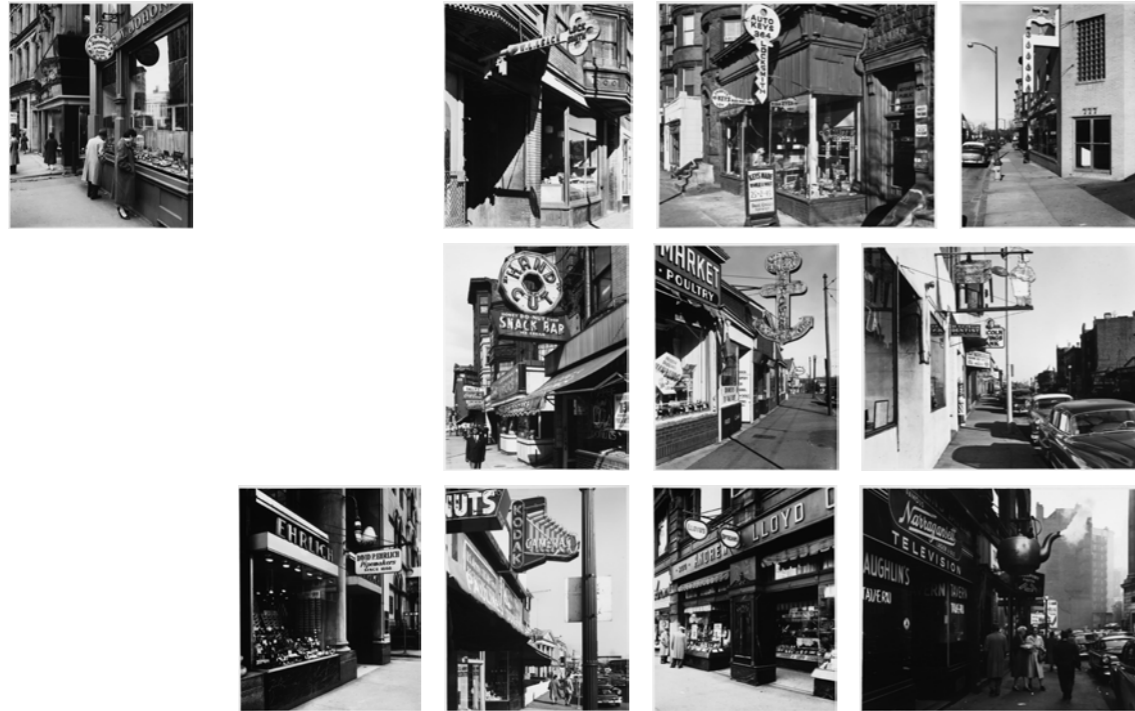
Once she achieved a certain level of fame, gossip columnists began writing about Cynthia as if she were a living, breathing socialite. When partygoers tried to engage the mannequin in conversation, Gaba begged off by claiming she was suffering from a touch of laryngitis.

But, as with the fame that sometimes descends on flesh-and-blood humans, Cynthia's was not to last. Her time in the spotlight proved fleeting, and the next decade saw her begin to fade from public view. In 1942, Gaba was inducted into the army. He sent Cynthia to stay with his mother in Missouri. Though the rest of the nation had moved on to other fads, Gaba insisted that Cynthia be treated like a celebrity, and instructed his mother to take the mannequin to the beauty parlor regularly.

Cynthia's current whereabouts, if she's still in one piece (or multiple pieces) are today a mystery. Ultimately, she even remained an enigma to the man who had lavished so much of his talent and his time on her. Years later Gaba admitted to the New York Times' Gay Talese that, in the end, "Cynthia never made any sense." To this day, there's no satisfactory answer to the question of why a plaster, unsmiling mannequin once thoroughly seized the American popular imagination. Maybe, just maybe, we're all dummies".

Font: <http://life.time.com/curiosities/life-with-cynthia-the-world-famous-mannequin/?iid=lb-gal-viewagn#1>





IMG 3.3.9: Rètols (01)

^ Les més de 1.900 fotografies que Gyorgy Kepes i Kevin Lynch van fer entre 1954 i 1959 de rètols, aparadors, tendals a Cambridge i Boston formen part d'un projecte de recerca específic i dedicat a l'observació dels carrers d'una ciutat concreta, totalment intencionades, en blanc i negre i molt més efectives quan transmeten els efectes dels neons i de la il·luminació nocturna que quan retraten rètols i aparadors. En molt poques ocasions hi surt gent: Boston sembla deshabitada, i el caos que volen denunciar no es fa palès en aquells carrers buits. Font: Hi ha una col·lecció de més de 1.900 imatges, endreçades temàticament i amb accés obert a <http://www.flickr.com/photos/mit-libraries/sets/72157614966285159/with/3445968256/>

v Berenice Abbott, rètols en bandera a New York. Font: <https://collections.mcny.org/Explore/Highlights/Berenice%20Abbott/> i <http://www.metmuseum.org/collection/the-collection-online/search/266050>

vv Barcelona. Lleteria, espardenyeria, camiseria. Font desconeguda.



Els **rètols** i els **lluminosos**, com els aparadors, tenen com a objectiu l'estímul visual dels passejants. La tipografia i el color quan és de dia, o la intensitat i la brillantor i la forma quan es fa de nit, superposen profunditat al paisatge del carrer, maquillen i vesteixen unes façanes que canvien de grau de transparència i de cromatisme quan s'hi afegeixen els senyals.

Els rètols que canvien de format segons estiguin a carrers comercials i vagin destinats als vianants o pretenguin captar l'atenció des dels vehicles en moviment, busquen significar-se en una ciutat que ja està plena de missatges escrits: "per reconèixer un edifici públic n'hi ha prou amb saber a què està dedicat, però per si no n'hi hagués prou, les persones s'han molestat en escriure-hi i inscriure-hi funcions" (Sansot, 1973).<sup>56</sup>

A la ciutat medieval els símbols suplien la incapacitat de llegir rètols de la majoria dels ciutadans, i remetien de manera directa al producte que l'establiment oferia. Mirar a través de les finestres de les plantes baixes per veure què s'hi feia als tallers, o seguir les olors al carrer per trobar les parades on hi venien menjar eren maneres intuïtives d'orientar-se a la ciutat.<sup>57</sup> El comerç constituïa d'aquesta manera la base de la geografia subjectiva urbana dels ciutadans.

<sup>56</sup> Textos, continua Sansot, que només es refereixen a l'ús dels espais, a la vida aparent de la ciutat, i que requereixen d'una descodificació o d'un desxifratge immediat que depèn de l'experiència personal, i que per tant és un procés més o menys llarg segons segons cada individu:

"La ville est pleine d'affiches, d'enseignes, et on lit, sans trêve, "épicerie fine, droguerie, agence immobilière...", on lit les menus des restaurants et le tarif des consommations, on lit que c'est une pelouse à respecter, on lit les sens interdits (puisque la signalisation routière issue d'un code fermé, simple et exemplaire, prolifère dans les villes). Alors, un mur un simple mur, gris et lézardé, nous émeut parce qu'il restitue un peu de matière friable dans ce monde de l'écriture. Ou encore ces vieilles affiches, collées les unes sur les autres, devenues papier jauni, battu... qui, pour une fois, ne m'invitent pas sérieusement à me rendre à une fête qui eut lieu, voici vingt-trois ans."

<sup>57</sup> Satué (2001) recull les paraules de Venturi, Scott Brown i Izenour (1972), quan equipara aquests estímuls sensorials medievals amb els rètols escrits i dibuixats contemporanis:

"Als carrers estrets de la ciutat medieval, encara que hi hagués senyals, la persuasió s'establia principalment mitjançant la vista i la flaire dels pastissos de debò que sortia de les portes i finestres de la pastisseria. Després, al carrer major, els aparadors de cara als vianants al llarg de les voreres i, avui, els rètols exteriors perpendiculars al carrer per als automobilistes, dominen la situació d'una manera equivalent".



**IMG 3.3.10: Rètols (02).** A Tamara, la ciutat invisible de Calvino (1972), la presència dels símbols és el que arriba a definir la forma de la ciutat:

“ Finalmente el viaje conduce a la ciudad de Tamara. Uno se adentra en ella por calles llenas de enseñas que sobresalen de las paredes. El ojo no ve cosas sino figuras de cosas que significan otras cosas: las tenazas indican la casa del sacamuelas, el jarro la taberna, las alabardas el cuerpo de guardia, la balanza el herborista. Estatuas y escudos representan leones delfines torres estrellas: signo de que algo —quién sabe qué— tiene por signo un león o delfín o torre o estrella.

(...) Cómo es verdaderamente la ciudad bajo esta apretada envoltura de signos, qué contiene o esconde, el hombre sale de Tamara sin haberlo sabido. Afuera se extiende la tierra vacía hasta el horizonte, se abre el cielo donde corren las nubes. En la forma que el azar y el viento dan a las nubes el hombre ya esta entregado a reconocer figuras: un velero, una mano, un elefante...”\*

V Roadside L.A . Els primers rètols que remetien de manera intuïtiva al què l'establiment oferia, amb formes i troquelats modelats segons l'oferta de la botiga, es van sofisticar a les perifèries, on l'absència de l'encorsetament entre mitgeres permetia més llibertat de formalització, en botigues que totes elles es convertien en la forma del què s'hi oferia o en el nom comercial de l'establiment.

Font: [http://futurestudio.typepad.com/photos/historic\\_roadside\\_los\\_ang/index.html](http://futurestudio.typepad.com/photos/historic_roadside_los_ang/index.html)



Les primeres ensenyes comercials van seguir les pautes grega i romana, penjant d'un clau sobre la porta de l'establiment els productes en venda. Aquests objectes a la llinda o als brancals de les portes de les botigues se substituïen a vegades per símbols que responien a convencions amb la mateixa funció comunicativa que alguns dels senyals que s'han mantingut fins avui de manera universal en alguns establiments (Satué, 1984), com a farmàcies, o a barberies. Més tard es van penjar els productes a l'extrem d'un pal perpendicular a la paret de la façana principal de la botiga, per tal de fer-los més visibles a distància -en un recurs d'imitació de la posició de les banderes-, que es van substituir amb el temps per una referència icònica simbòlica, generalment pintada sobre ferro retallat, amb la silueta del producte en venda ampliada per multiplicar la visibilitat que en pogués tenir el vianant (Satué, 1984).

A partir dels anys 20 del segle XX els rètols van començar a incorporar el color<sup>58</sup> i a fer-se lluminosos, de manera que creixien els recursos i es multiplicaven els impulsos que podien provocar. La llum artificial modifica la percepció del paisatge urbà: en incidir canvia la manera d'interrelacionar-se de formes i espais. L'orientació i la continuïtat urbanes es transformen quan el dia es torna nit, quan senyals visibles amb la llum del sol són del tot inservibles a la foscor. Formes, colors i distàncies que de dia tindrien una configuració estètica acceptable, sota els efectes de la llum artificial desapareixen. Un escenari de barreges de condicions naturals i artificials que per Sansot (1973) genera una atmosfera imaginada on realitat i somnis es confonen.<sup>59</sup>

La ciutat es converteix gràcies als rètols i els llums en un objecte físic que marca el pas del temps i denuncia la successió entre el dia i la nit. Els aparadors que eren miralls on veure's reflectit i on veure la façana oposada del carrer es tornen pantalles il·luminades, que donen pas a reixes i persianes que refan l'alineació de la façana. Kepes (1961)

<sup>58</sup> Leach (1989) explica que va ser la incorporació del color als rètols i els aparadors urbans el que va fer que s'inventessin paraules noves per poder adjectivar el paisatge de la ciutat, i amb aquest motiu va néixer el terme anglès *colorful*.

<sup>59</sup> “Dans une ville, on ne sait jamais qui reflète et qui est reflété, quel est le son et quel est l'écho, qui a la fièvre le soir, si ce sont les lumières de la ville ou les passants affairés. On ne saurait distinguer le réel et l'imaginaire, ce qui se passe sur l'écran ou dans les rues qui avoisinent les cinémas, si l'affiche nous regarde ou si elle entre distraitement dans notre champ de vision. Les mots, rengaines de chansons, plaisanteries du jour, gros titres répétés des journaux, sont mêlés aux choses et aux êtres. (...) Ils emplissent les bistrotts, les magasins, les manifestations (et nous hésiterions à qualifier d'urbain des lieux qui ne présentent pas ce phénomène de résonance).”



IMG 3.3.11: Rètols (03).

Les primeres fotografies de Fred Herzog ensenyaven Vancouver a través dels rètols -de dia- i els lluminosos -de nit- (A). De la col·lecció de Kepes i Lynch (vegeu peu d'imatge 3.3.9), una bona part estna dedicades als rètols lluminosos de Boston (v).

Font: <http://time.com/3782667/vancouver-vanguard-fred-herzogs-early-color-street-photographs/> i <http://www.flickr.com/photos/mit-libraries/sets/72157614966285159/with/3445968256/>



explicava com “en una primera fase, al crepuscle, les principals formes i espais encara s’endevinen, però poc a poc se sobreimposa un nou sistema, el dels forats foscos de les finestres que es transformen en espurnes brillants de llum elèctrica. Els carrers que estaven limitats pels edificis redefeixen els seus contorns amb els llums del carrer, i els trànsit de cotxes de colors variats s’homogeneïtza en les empremtes bicolors que deixen els seus fars.” A l’escenari nocturn, els rètols són lluminosos o es fan reflectants, endrecen el paisatge urbà, li donen coherència i monumentalitat, amaguen el desordre que les construccions físiques han desencadenat.<sup>60</sup>

Els llums, els rètols, superposen a la ciutat un ritme diferent als de l’arquitectura, són les arrugues que fan més fàcilment visible el pas del temps: els cartells que identifiquen les botigues, perquè són la mostra immediata que l’establiment passa d’unes mans a les altres; els rètols lluminosos, perquè de manera disciplinada, s’encenen i apaguen alhora que el dia avança.<sup>61</sup>

<sup>60</sup> L’oïda, el tacte, l’olor són molt més limitats que la visió, que és bàsica i prioritària; tot el que l’ull humà capta, es tradueix en forma de llum. La distinció de formes a l’espai es fa gràcies a la brillantor i al color; el món sencer –els paisatges naturals i els construïts per les persones- és un món fet de llum, on les alçades i les profunditats, on tant els grans trets com els detalls més íntims queden definits per la llum. Dissenyar és modelar la llum, i les construccions esdevenen per elles mateixes formes de llum:

“The transmission of light, natural and artificial, through large sheets of glass has been decisive in the development of a new sense of space and a new awareness of lighted structures. Without artificial lighting in our houses and on our streets, we could not orient ourselves, and the circulation of our goods and our persons would diminish to a comparative trickle. All twenty-four hours of the day are now exploitable, and nature’s sharp articulation of night and day has in our cities fused into a single day-night fabric of time. Moreover, no matter how chaotic, blighted or illegible a city is, it is transformed when evening comes and the lights go on. Points, lines, plane figures, and volumes of light-steady and winking, moving and still, white and colored-from windows, signs, spectaculars, headlights, traffic lights, street lights, combine into a fluid, luminous wonder-one of the great sights of this or any age. This impressive sight is a by-product of utility, an accident if you will, but its accidental wealth reminds us of the concentrated, ordered beauty of the great windows of thirteenth-century cathedrals.” (Kepes, 1961)

<sup>61</sup> Venturi, Scott Brown i Izenour, a *Learning from Las Vegas* (1972) atorgaven als rètols, obligats per la seva funció de ser reclams constants als vianants, aquesta condició efímera més pròpia dels objectes que no pas de la ciutat:

“La velocidad de envejecimiento de un anuncio parece más próxima a la de un automóvil que a la de un edificio. Y no por su degeneración física sino por lo que hacen los competidores de alrededor. El sistema de arriendo empleado por las compañías publicitarias y la posibilidad de una exención tributaria total quizás tenga bastante que ver con este fenómeno. Las partes más monumentales y características del Strip, los anuncios y las fachadas de los casinos, son también las más cambiables; en cambio, las estructuras neutras tipo motel de detrás sobreviven a la sucesión de temas y operaciones de cirugía estética.”

\* L'Ordenança dels usos del paisatge urbà de la ciutat de Barcelona (1999), fixa tres tipus de retolació per a les botigues: els cartells que queden inclosos dins els buits de l'edificació, els que s'incrusten directament sobre la façana, els rètols bandera -només permesos per farmàcies, aparcaments, caixers i hotels-, i els cartells publicitaris temporals que puguin adossar-se a les façanes dels edificis -només permesos quan el que anuncien és la venda o el lloguer d'algun dels locals o els habitatges que l'ocupen-. De tots ells en determina mides, distàncies i condicions especials de la tipografia.

#### Article 52. Rètols identificadors

Es permet la instal·lació de rètols identificadors a la planta baixa de les façanes en les condicions següents:

##### 1. Rètols identificadors dins els buits arquitectònics:

- La part ocupada pel rètol no ha d'excedir el 30% de la superfície del buit.
- La forma del rètol ha de seguir el llenguatge morfològic del forat arquitectònic, en especial quan aquest forat presenti una imposta o similar.
- No han de quedar restringits, disminuïts ni perjudicats, la il·luminació, la ventilació, la seguretat contra incendis ni l'accés als locals, pel que fa a mesures funcionals mínimes requerides.
- El rètol s'ha de col·locar darrere dels elements arquitectònics o decoratius que emmarquin i defineixin el buit arquitectònic i dels elements estructurals singulars que aquest contingui, amb la finalitat de no ocultar-los, i adossat al pla original de la fusteria de la planta baixa.

En el cas que aquests elements no existeixin, el rètol s'ha de col·locar endarrerit un mínim de 25 cm del pla de la façana. Quan la fusteria original estigui a una distància inferior a 25 cm del pla de la façana, s'admetrà un rètol laminar adossat a la fusteria, el qual sempre haurà d'estar endarrerit en relació al pla de façana.

- El disseny del rètol haurà d'incorporar el sistema il·luminació més adequat a les seves característiques, tenint en compte que el rètol i la seva llum artificial es consideren en aquesta normativa un sol element de disseny integrat i mai dos elements independents.
- En vestíbuls d'accés comuns de l'edifici, només s'admetran plaques d'identificació en els brancals interiors del buit arquitectònic. Les plaques d'identificació seran d'un únic material, metall o vidre. No s'accepten repeticions de missatges. Igualment s'admetran plaques d'identificació als brancals interiors dels buits arquitectònics dels locals comercials en planta baixa, als efectes de recollir els horaris d'atenció al públic dels establiments.

##### 2. Rètols identificadors sobre façana, en espais expressament destinats a aquest fi.

- S'hi admet un únic rètol, que no pot coexistir amb un altre rètol en el mateix local.
- El rètol ha d'estar format per lletres, signes o línies, retallats, ancorats un a un i sense fons, que no excedeixi els 12 cm de gruix.

##### 3. Rètols identificadors sobre el pla de façana:

- En situacions de zona general o de restricció només s'acceptarà un rètol sobre el pla de façana, quan sigui possible la seva col·locació en les condicions específiques descrites en els punts a i b anteriors. Aquest rètol no podrà coexistir amb altres en el mateix local.
- En zones de transició, podrà coexistir un rètol en façana en la situació especificada en els punts 1 i 2 anteriors.
- El rètol estarà format per lletres, signes o línies, retallats, ancorats un a un i sense fons, i que no excedeixi els 12 cm de gruix.
- El rètol es s'ha de col·locar en funció de les característiques arquitectòniques, decoratives, morfològiques i cromàtiques del parament, sense ocultar elements decoratius.
- El rètol ha de ser enquadrible en un perímetre envoltant, assimilat a un rectangle regular, determinat per les seves projeccions verticals i horitzontals.

F. Quan la composició arquitectònica n'aconselli la col·locació sobre la llinda del forat arquitectònic, no sobrepassarà les dimensions de la seva amplària i haurà de centrarse respecte als elements definitoris superior i inferior. La seva ocupació màxima serà del 50 % de l'espai lliure de projecció del buit arquitectònic i el límit superior.

G. Quan la composició arquitectònica no permeti la situació anterior, el rètol es col·locarà en un dels paraments contigus al buit arquitectònic, sense ultrapassar en alçada la del límit del buit o l'arrencada de l'arc en el seu cas i sense arribar als límits dels emmarcaments dels buits arquitectònics. Quant a superfície, no pot excedir de 0,25 m<sup>2</sup>.

#### Article 53. Elements identificadors sobre altres situacions. Rètols bandera

##### 1. Zona general

Únicament s'accepta la col·locació d'un rètol bandera homologat per façana comercial, quan no distorsioni la composició i elements de l'edifici i per a les activitats (hotels, aparcament, caixers automàtics i farmàcies) i condicions de disseny que s'estableixen en els gràfics que figuren com a annex d'aquesta Ordenança.

2. Zona de transició Es permet un sol rètol bandera per local i façana comercial en les condicions següents:

- Que sobresurti un màxim total de 60 cm per a carrers de fins a 10 m d'ample, i de 70 cm per a amplades superiors.

- La superfície màxima del rètol no serà superior als 0,30 m<sup>2</sup> per a aquells que s'instal·lin en carrers d'amplada no superior a 10 m i als 0,42 m<sup>2</sup> pels que s'instal·lin en carrers amb una amplada superior.

##### 3. Zona de restricció

Únicament s'accepta la col·locació d'un rètol bandera homologat per façana comercial, sempre que no distorsioni la composició i elements singulars de l'edifici.

#### Article 54. Característiques generals dels rètols

1. Amb la implantació dels rètols no es pot desfigurar ni desmerèixer la composició general de la façana, considerant també els rètols i altres elements ja existents.

2. En edificis catalogats, el rètol serà de material noble, com la pedra, el metall o el vidre.

3. Els rètols lluminosos es regeixen, a més, per les normes següents:

a) El disseny del rètol ha d'incorporar el sistema d'il·luminació més adequat a les seves característiques, tenint en compte que el rètol i el seu llum artificial es consideren en aquesta normativa un sol element de disseny integrat i mai dos elements independents.

D'aquesta condició, se'n deriva que, entenen-se el rètol i la seva il·luminació com un mateix objecte, les disposicions d'aquesta normativa quant a situació, mides, color i altres característiques dels rètols indicadors s'apliquen al conjunt resultant.

b) La intensitat lumínica no pot excedir de més de 250 luxs la intensitat lumínica màxima existent a l'espai públic on doni la planta baixa de què es tracti en el moment de la sol·licitud de la llicència.

c) La llum projectada no ha de modificar els colors que l'element il·luminat, la façana o el seu entorn presenten a la llum del dia.

d) La il·luminació no ha d'introduir efectes estranys, com per exemple parpelleig, canvis de color, projeccions animades, etc.

4. Els rètols identificadors que corresponguin a la denominació de l'edifici s'admetran quan s'adaptin a les disposicions anteriors de rètols sobre façana en planta baixa, i s'han de situar en els paraments contigus al buit arquitectònic i només un per façana.

5. En zona d'aplicació general i en zones de transició s'admet la col·locació d'un pictograma d'identificació sobre les persianes metàl·liques o altres sistemes de tancament dels locals. Només es permet un pictograma d'identificació i en cap cas s'adossaran rètols sobre les reixes de tancament.

Aquesta presència no ultrapassarà el 30% de la superfície del buit arquitectònic.

#### Article 55. Publicitat a plantes baixes d'edificis

És prohibida la instal·lació de publicitat a la planta baixa de les façanes, salvat els rètols que anunciïn la venda o el lloguer dels locals situats al mateix edifici, en les condicions següents:

a) S'admet un únic rètol per local.

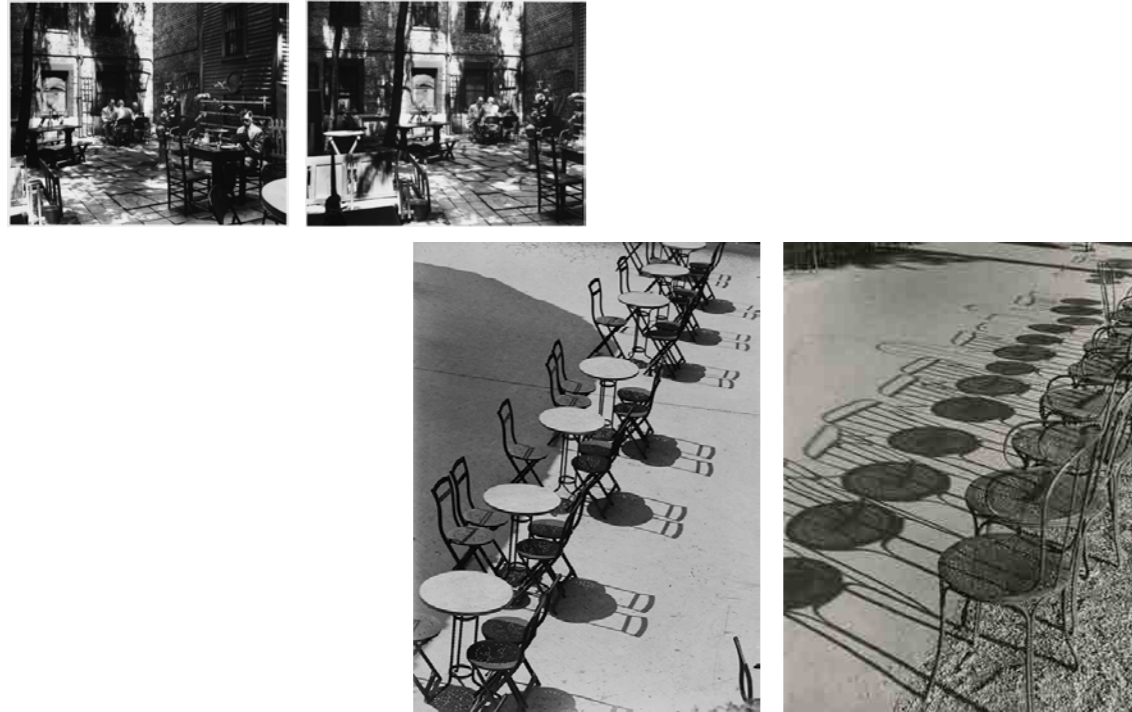
b) La dimensió màxima del rètol serà de 100 cm x 70 cm.

c) El rètol s'ha de col·locar dins dels buits arquitectònics del local de què es tracti.

d) El fons del rètol ha de ser de color blanc.

e) En el missatge no pot constar més informació que el logotip de l'Agència, l'objecte de l'anunci i el telèfon de contacte.

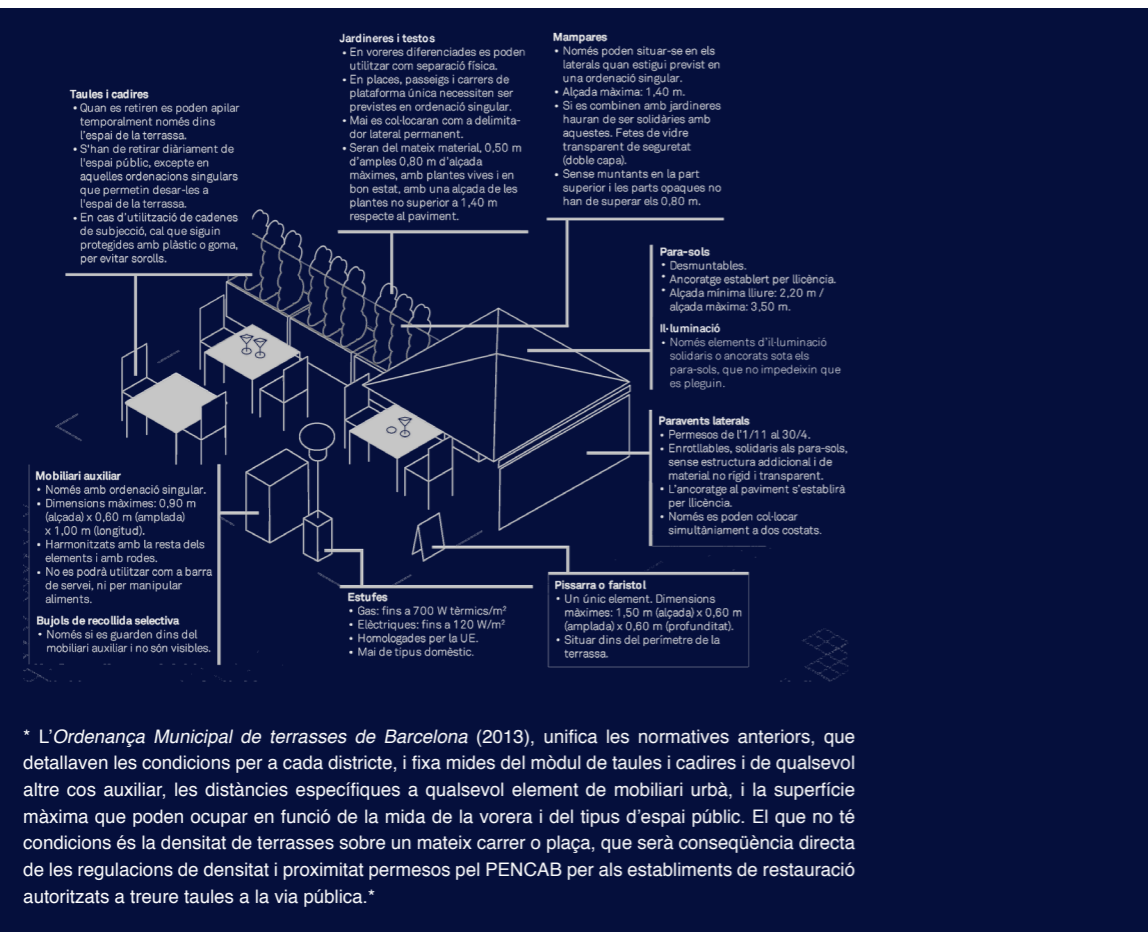
f) La permanència del rètol no pot excedir el període d'un any, a no ser que s'acrediti inequívocament que no s'ha produït la venda o el lloguer.\*



IMG 3.3.12: Terrasses

Boston segons Kepes i Lynch; Antoni Arissa, *Sense títol*, 1930-1936, André K rt sz, *Chairs of Paris, Champs- lys es*

Fonts: <http://www.flickr.com/photos/mit-libraries/sets/72157614966285159/with/3445968256/>; [http://www.cccb.org/ca/album-arissa\\_lombra\\_i\\_el\\_fotograf\\_1922\\_1936-46969](http://www.cccb.org/ca/album-arissa_lombra_i_el_fotograf_1922_1936-46969) i [www.parisphoto.com/pairs/artists/andre-kertes-z](http://www.parisphoto.com/pairs/artists/andre-kertes-z), consultes gener 2015



Les **terrasses** -els *street cafes*, *pavement cafes*, *sidewalk cafes*: la denominació anglosaxona els lliga directament a la superfície del carrer- han estat tradicionalment els llocs de socialització a la vorera. Van aparèixer durant el segle XIX a parcs i passejos on el vianant tenia la seguretat garantida, on la distracció amb el que passava al voltant estava assegurada, i de seguida es van establir a les voreres dels centres de la ciutat. Era el moment de començar a passejar i badar per les ciutats, i les terrasses eren l'enclavament ideal per situar-se per veure i ser vist.<sup>62</sup> El seu èxit les va convertir en els primers punts de difusió informal d'informació: eren els llocs per llegir diaris i pamflets, per tancar tot tipus de negocis (Sennett, 1970).

A les terrasses, l'usuari, el consumidor-*fl neur*, canvia el seu rol i es transforma en *voyeur* -passa a les terrasses i passa també amb les cadires de mobiliari urbà a l'espai públic: els bancs que proporcionen una bona vista de les activitats dels voltants s'utilitzen més que els que en tenen menys, o cap (Gehl, 1987)-. Taules i cadires són el lloc de la reflexió i l'alienació individual a l'aire lliure,<sup>63</sup> són punt d'atracció

<sup>62</sup> Sennett (1997) parla del paper dels caf s a París durant la Revolució:

"(...) Cuando se produjo el estallido de la Revolución, cada grupo político de París tenía el suyo [caf ]. Tanto durante como después de la Revolución la mayor concentración de caf s se daba en el Palais-Royal. Aquí, a inicios del siglo XIX, se inició un experimento que iba a transformar el café como institución social. El experimento consistió sencillamente en colocar unas cuantas mesas fuera de la Galerie du Bois que discurría por el centro del Palais Royal. Estas mesas exteriores privaron a los grupos políticos de su cobertura. Los clientes se sentaban all  más para mirar a la gente que pasaba que para conspirar.

El desarrollo de los grandes bulevares de París llevado a cabo por Haussmann, particularmente en las calles de la segunda red, estimuló ese uso del espacio exterior. Las anchas calles proporcionaron mucho más espacio para que el café se extendiera.

"(...) En las terrazas, los clientes habituales permanecían en silencio contemplando cómo pasaba la gente; se sentaban all  como individuos, absortos en sus pensamientos.

"(...) Pero el parisino que mataba el tiempo en la terraza de un café tamb n estaba desconectado de la calle. Se hallaba en un ámbito muy similar al del americano que atravesaba un continente en silencio, pero ahora era la gente de la calle la que aparecía como un paisaje, como un espectáculo. (...) este espectáculo podía tener lugar en el teatro de los propios pensamientos mientras se estaba sentado."

<sup>63</sup> Per Sansot (1973) el romanticisme est  en el fet de prendre-hi un café, no tant en el fet de seure-hi a mirar:

"  la confusion du bistrot s'oppose la netteté du café où tout s'articule, même les difficultés. Allons plus loin dans cette symbolique. Ne nous contentons pas de dire que la tasse de café, à la différence du vin ou de la bière, implique la lucidité. Les harmoniques sont plus subtiles et plus variées. Le café vous brûle en un point précis, il incite à un connaissance de soi plus distincte, il dénoue ce malaise global qui paralysait l'être tout entier de l'habitué au bistrot. Surtout la résolution d'un problème se donne comme un long chemin à parcourir, avec étapes, retours en arrière, vérification: les longues chaînes de raisons. Le consommateur avale de petites gorgées de café brûlant: une récompense après les progr s accomplis dans la recherche d'une solution.... Avec des bouts d'allumettes, avec des ronds de fumée, il essaye des solutions fragiles qui sont des esquisses, une matérialisation de ce que l'on peut tenter".

de músics de carrer, d'espectacles ambulants que s'acosten a les terrasses per distreure'n els clients, oasis mentals dins la ciutat, llocs de mirar però sobretot de mostrar-se<sup>64</sup> i d'exhibir-se.<sup>65</sup> La vida a la vorera al davant de la terrassa és el principal atractiu: les cadires s'orienten cap a la zona més activa dels voltants, o cap al sol a l'hivern, o buscant l'ombra a l'estiu; les voreres i el que hi passa es converteixen en la pròpia raó d'existència dels cafès a l'aire lliure. Provoquen també l'efecte contrari: buides i amb les cadires plegades, transmeten al lloc sensació d'abandonament (Gehl, 1987). La seva posició entre l'espai públic i el privat les converteix en un espai privilegiat des d'on es perceben l'espai i els ritmes de la ciutat, les trajectòries i les rutines quotidianes; els moments tant banals com excepcionals de l'existència individual es posen de manifest en relació amb l'escala de la ciutat. Són llocs on el temps passa a formar part de la construcció de l'espai (Eleb, Depaule, 2005).

**64** De mostrar una imatge d'un mateix, un acte més de *consumir per existir*.

"(...) le consommateur du café se sert du journal pour *prendre des distances*, pour observer les autres à loisir, sans leur donner trop de prise. Il constitue une défense et il contribue à parfaire l'image de soi de son lecteur –celle d'un homme qui a un ego, un personnalité singulière, même si les consommateurs lisent le même journal à d'autres tables". (Sansot, 1973)

**65** Són els llocs d'alliberament de l'individu, on la socialització ineludible l'omple, el relaxa i el fa feliç:

"(...) le café (...) peut constituer un excellent révélateur de l'essence de l'été urbain. Celui-ci (...) apparaît comme un appel à la liberté, un besoin de se dénuder et de se montrer, un mélange d'irritation et de sur excitation, le sentiment d'un manque et d'une plénitude à la fois. Il serait facile de faire remarquer que toutes ces sensations ne sont que les conséquences physiologiques d'un corps arraché par la chaleur. Nous ne cherchons pas à nier cet ordre de causalité, mais ce qui nous intéresse dans une poétique de l'espace urbain, s'est ce que les hommes peuvent attendre de l'été, sur quel mode préféféché ils anticipent alors les objets et les spectacles, avec quel type de comportement ils vont à la rencontre du monde qui leur est proposé. Cette fièvre et cette attente culminent le soir. Or, il se trouve qu'elles peuvent, selon nous, être comblées dans un café fréquenté. *Notre visée de l'été purement urbain se remplirait dans et par l'expérience du grand café*. Car les consommateurs y jouent ce qui peut le faire apparaître, ils mènent symboliquement une existence anarchique (on parle cent fois d'aller ailleurs, on se lève –et peu importe si l'on demeure) et capricieuse (qui se traduit par le choix des boissons qui jurent ensemble: café, puis glaces, eaux minérales, bière). Clients et clientes parlent, sourient un peu trop, se montrent, se découvrent. Il y a là autre chose que la simple nuance d'exhibitionnisme qui transparait toujours en un pareil établissement. Les êtres, en vérité, s'épanouissent et se dilatent à la chaleur du café et cette chaleur est bien celle de l'été –non point celle qui épuise, mais celle qui rend troublante la nuit. On se bouscule, on se parle table à table. Les propos prononcés dans la surexcitation générale ne sont pas sans rappeler les cris aigus des baigneurs que roulent les vagues. Et, en fin de compte, *le café assume à merveille le rôle que le soleil, sur la plage, joue bien imparfaitement*. Car, sur celle-ci, si l'on s'y dénude, par suite d'un nouveau mode de vie et de la langueur, on y oublie très vite que les corps existent. Dans le café, le consommateur reconnaît enfin le visage de l'été devenu incontestablement lui-même". (Sansot, 1973)

Quan les terrasses es consoliden, se'ls afegeixen para-sols i paravents per protegir-les, jardineres per delimitar-les, cuines exteriors per servir-les, perden part d'aquesta ambigüitat col·lectiva que les fa ser participants de l'escena del carrer i es converteixen en un espai privat a l'aire lliure: són aleshores l'oposat als plecs dels aparadors que s'endinsen de la línia de façana i es converteixen en elements que sobresurten enlloc d'oferir aixopluc, interferint en els recorreguts del vianant; poden estar tan protegides, o tan a prop dels locals -als vetlladors- que es converteixen en urnes grans a la vorera.<sup>66</sup> Quan deixen de ser elements aïllats -perquè n'hi ha moltes, i molt properes les unes amb les altres-, perverteixen la lectura del carrer i en canvien la secció i els paràmetres d'ús.

Les terrasses de taules i cadires sobreposen al carrer la racionalitat de l'ordre geomètric de la matriu amb què es distribueixen: el mòdul senzill de taula amb quatre cadires queda fixat per les normatives, i es repeteix i s'adapta fins a minimitzar l'espai entre taula i taula. Generen un davant i un darrere, i fluxos i recorreguts perpendiculars als que ressegueixen la linealitat del carrer per garantir la connexió amb el local interior del qual formen part. Quan s'enretira el tancament de la façana i les terrasses queden als llandars oberts dins l'espai privat, protegides pel forjat de l'edifici, perden el seu paper de condicionadores de les qualitats del carrer; ja no necessiten tendals,<sup>67</sup> en tot cas, el local s'apropia i colonitza la vorera, en l'altre, cedeix una part del seu sòl per eixamplar el carrer.

**66** "En la seva configuració mateixa, el cafè consisteix en una doble dilatació de l'espai de la cantonada. Cap a l'exterior, envesteix l'espai urbà de les seves verandes i de les seves terrasses i llança a vegades els vianants en un estret passadís emmarcat per les taules a un costat i la calçada a l'altre. Cap a l'interior, el joc de miralls difracta les perspectives de l'encreuament en un espectacle discontinu i màgic". (Cohen, 2004)

**67** Ho explica Monteys (2013), a propòsit de la proliferació d'aquesta solució com a mecanisme per respondre als consumidors fumadors als locals de l'Eixample de Barcelona:

"Un a un, aquests llocs no serien gran cosa, però en conjunt alteren la línia recta i administrativa de la façana de l'edifici i de la superfície de la vorera, tornant-la irregular i tortuosa. Tenen encara aquests espais alguna cosa més d'interès enfront els vetlladors, i és aquesta la posició que prenen els que s'hi estan respecte a la vorera i el carrer. Els que romanen en aquests espais miren l'activitat, seuen per observar "el que passa" — expressió que aquí pren tot el seu sentit—, i recolzats contra l'aparador fan que aquests racons semblin una mundana terrassa parisenc amb la gent asseguda, uns al costat dels altres, mirant el carrer. Aquestes terrasses improvisades mostren una vitalitat i una inventiva que les aparatoses terrasses cobertes, amb instal·lació elèctrica, tendals i paravents, emparades per l'ordenança recaptatòria, no tenen. Unes estrenyen l'espai de la vorera i les altres semblen ampliar-lo"

\* L'Ordenança dels usos del paisatge urbà de la ciutat de Barcelona (1999), fixa d'aquests elements les seves mides i la seva relació amb la façana -que en cap cas pot quedar amagada darrere seu-, els considera suport de la senyalètica dels establiments comercials i fixa les condicions d'aquesta publicitat.

#### Article 56. Tendals

S'admet la instal·lació de tendals plegables de lona o teixits similars adossats als forats arquitectònics d'un edifici per protegir-los del sol, en les condicions següents:

- a) Els tendals s'han de col·locar dins dels buits arquitectònics, i en cap cas poden ocultar els elements decoratius de l'emmarcament, encara que l'edifici no estigui especialment protegit.
- b) Les barres tensores i altres elements de la instal·lació es situaran a una alçada mínima sobre el nivell de la vorera de 2,20 m, sense que cap punt del tendal, serrells o laterals, s'alcin a menys de 2 m. El seu sortint o volada des del pla de la façana serà inferior en 60 cm a l'amplada de la vorera, amb una volada màxima de 3 m.
- c) El tendal pot exhibir l'identificador de l'establiment pintat sobre la tela i en una sola posició, ocupant un màxim d'un 25% de la superfície del tendal.

#### Article 57. Marquesines

S'admet la instal·lació de marquesines en els següents casos i situacions:

1. Les marquesines que formin part del projecte arquitectònic original de l'edifici poden dur, com a ús natural, un sol identificador, de les característiques següents:

A. El disseny de l'identificador serà harmònic amb el de la marquesina i no ocultarà els elements estructurals o decoratius que pugui tenir.

B. El rètol indicador s'ha de situar sobre la superfície frontal de la marquesina i estarà constituït per lletres o signes retallats sense fons, o bé pintats o encunyats sobre el seu perímetre, d'una alçada màxima de 40 cm.

C. En el cas que el gruix o l'alçada de la marquesina sigui inferior als 40 cm el rètol descrit podrà ultrapassar el seu perímetre, sense sobresortir del límit de la marquesina en planta, sempre que l'alçada total del conjunt format per la marquesina i el rètol no superi els 60 cm, i que la seva part inferior estigui com a mínim a 2,5 m sobre el nivell de la vorera o espai públic adjacent. Les lletres tindran les mateixes característiques que les descrites en el punt anterior.

2. S'admetran les marquesines sobreposades a l'arquitectura existent quan l'establiment ocupi la totalitat de la planta baixa de l'edificació, sempre que es compleixin les següents condicions:

A. La marquesina ha d'ocupar el buit arquitectònic de l'entrada del local i no pot ocultar els elements decoratius de l'emmarcament.

B. Només s'admetrà la col·locació de marquesines en aquestes condicions per a locals destinats a les activitats d'hotel, cinema i teatre.

C. Les característiques dimensionals d'aquests elements no interferiran l'ús normal de la via pública, i han d'estar en relació directa amb el perfil de la via, amplada del carrer i en el seu cas, les voreres.

D. La marquesina ha d'estar dissenyada com un element laminar, sense més gruix que el que tècnicament requereixin els materials, que han de ser exclusivament de vidre transparent amb estructura metàl·lica lleugera. En tot cas serà el resultat d'un projecte global d'harmonització de la façana i la seva relació amb l'espai públic immediat.

E. Queda prohibida, salvat l'ús excepcional, qualsevol presència d'identificació o publicitària.\*

Els **tendals** i les **marquesines** sobresurten del pla de façana i protegeixen aparadors, rètols i terrasses a base de generar un espai de lliandar a l'exterior que protegeix tant el comerç en planta baixa com vianants i consumidors. Traslleden l'àmbit de transició a l'exterior, envaeixen el carrer, llencen ombres sobre la vorera i afegixen arrugues horitzontals, línies desendregades a les façanes dels edificis. En forma de pestanyes sobre les obertures o cobrint tot el carrer i convertint-lo en passatge, aquests elements de protecció tapen del sol i aixopluguen el carrer de la pluja. Hi ha reminiscència amb les primeres proteccions tèxtils, que protegien el conjunt del carrer, col·lectivitzant l'espai i generant unes condicions atmosfèriques que van imitar els passatges.<sup>68</sup> Però les ombres que cobrien carrers sencers i les faldilles llargues dels tendals de principis de segle, retolats amb la marca dels establiments, han cedit el pas a una estratègia de visibilització màxima a través dels aparadors, o de protecció a base de retirar endins la línia de façana. Aquestes arrugues han anat desapareixent progressivament de les façanes dels carrers comercials: els aires condicionats resguarden l'interior de les altes temperatures, els maniquins ja no són de cera ni es fan malbé, i sobretot, els productes que s'exposen als aparadors no sempre es venen: l'economia del consum fa variar el que s'exposa de manera constant, i pot permetre's perdre mercaderies si la llum les espatlla.

**68** Torres (2005) defineix així les lones del carrer Sierpes de Sevilla:

“El cielo acolchado. Colchones picoteados por desagües de agua y luz. Fragmentos de telas, toldos sujetos como pueden a las distintas alturas de las cornisas. Se fragmentan según la distancia entre las casas y sus alturas. Entre toldos aparecen los intersticios de franjas de luz. El primer filtro de la luz y del sol, antes de entrar en las casas a través de los balcones, son sus toldos y sus persianas. Sistemas de disminución del calor y de la luz en plena calle. Pueden ser de colores y, según estén plegados o desplegados, producen distintos efectos de luz. Es una idea antigua, probablemente romana. A voluntad, pueden dejarse algunos sin colocar, para crear patios o los rotos del espacio. La luz espesa que se crea da un aire corpóreo que puede teñir todo el espacio de la calle.”



**IMG 3.3.13: Tendals i marquesines**

La rugositat del carrer Ferran a les postals d'Àngel Toldrà, tendals a Barcelona per Antoni Arissa, tendals a Madrid segons Català-Roca i marquesines a l'entrada de Macy's a New York per Andreas Feininger.

Fonts: *Catàleg de targetes postals de Barcelona A.T.V.*, E.Boix ed., <http://www.iefc.cat/documentacio/arxiu.php>, [http://www.museoreinasofia.es/buscar?bundle=obra&f%5B0%5D=im\\_field\\_obra\\_autor%3A4474](http://www.museoreinasofia.es/buscar?bundle=obra&f%5B0%5D=im_field_obra_autor%3A4474) i <http://time.com/3876299/andreas-feininger-photographer-spotlight/>, consultes febrer 2015.



### Norma, arrugues i berrugues

L'*Ordenança dels usos del paisatge urbà de la ciutat de Barcelona* (1999) basa les seves regulacions en la diferència entre un ús natural – que no causa “distorsió en el dret col·lectiu a la percepció d'un paisatge urbà harmònic que tenen els altres ciutadans”- i un ús excepcional – que “interfereix o altera, ni que sigui temporalment, el dret col·lectiu a gaudir d'un paisatge urbà harmònic”- del paisatge urbà. Actua sobre les transformacions lleugeres, els *transients* que s'adossen als edificis, i ho fa classificant-los segons la manera en que es manifesten en la seva aterrada a terra, en el seu cos central, o en el seu coronament.<sup>69</sup>

La publicació al febrer de 2014 de la mesura de govern del *Pla de Protecció i Suport dels Establiments Emblemàtics*<sup>70</sup> de l'Ajuntament de Barcelona constitueix una aproximació normativa al paisatge urbà no des de la regulació dels elements despleats cap al carrer sinó des del reconeixement a una varietat que és conseqüència de la singularitat que garanteix un horitzó de carrer rugós. La llei es tradueix en una llista restringida d'uns pocs establiments -389, dels quals 228 estan protegits com a part del patrimoni arquitectònic de la ciutat-, que són botigues que no responen sinó als arguments que s'han anat exposant

<sup>69</sup> L'*Ordenança* divideix les façanes en tres parts: planta baixa, plantes pis i coronament. La “Subsecció 2a. Façanes. Planta baixa” defineix què és, a efectes de la norma, la planta baixa:

“Article 50. Definició

1. S'entén per planta baixa d'una façana la part de la seva superfície que tingui aquesta denominació d'acord amb les Normes urbanístiques del Pla general metropolità o disposicions que el substitueixin.

2. Les façanes de les plantes subterrànies que, a causa del desnivell de les vies públiques o del terreny, puguin quedar descobertes, o les façanes de planta semisubterrània construïdes a l'empara de disposicions anteriors a les Normes urbanístiques vigents del Pla general metropolità, se sotmetran en aquesta matèria a les mateixes disposicions que les de la planta baixa.

3. En les plantes baixes porticades, es considera planta baixa tot l'àmbit definit pel porxo, la façana de la planta baixa i el seu sostre o parament interior.”

al llarg d'aquest tercer escenari al voltant les arrugues que despleguen i encomanen al carrer, dels plecs que li superposen, encara que es moguin, desapareguin o se n'afegeixin de nous, de les parasitacions delicades sobre el parcel·lari consolidat que serveixen. Més enllà de l'arrelament en el temps que aquestes botigues emblemàtiques tinguin a la ciutat, es caracteritzen totes elles per la presència d'unes condicions físiques que, des de la individualitat, caracteritzen la identitat de l'espai públic comú.

La majoria són establiments amb tractaments globals a les seves façanes en planta baixa: amb vitrines adossades sobre els massissos entre obertures; amb revestiments, rètols i tendals que sobrepassen els buits de la façana, en ressonància amb l'escenografia que despleguen a l'interior dels locals, amb uns elements transitoris que s'integren als fixos que configuren el local, que formen part de l'arquitectura més que no pas de l'espai lliure urbà.<sup>71</sup>

**70** En el seu redactat definitiu -consultable en línia a <http://comerc.bcn.cat/emblematics->, recull la voluntat de protegir 389 establiments que qualifiquen com *emblemàtics* o *destacats*, dels quals un 92% es troben situats a Ciutat Vella o l'Eixample, amb un 31% d'ells afectats per la LAU (Llei 29/1994). A l'enunciat de la voluntat d'impulsar el pla es reconeix l'especificitat d'aquestes botigues, i es parla d'una qualitat i una originalitat que responen a l'univers de les *coses petites*, les *ordinàries*, descrites en aquesta tesi:

“Són establiments amb segell propi, que aporten personalitat al veïnat i a l'entorn. Aquestes botigues donen vida al comerç de proximitat, aquell on la clientela troba el tracte desitjat, el consell i els productes de qualitat, enriquint la convivència ciutadana a l'espai públic. (...) Per a Barcelona, el comerç ha estat un element bàsic de desenvolupament al llarg dels segles i, sens dubte, el comerç històric és una part essencial dels seus trets d'identitat. Aquests establiments són un testimoni viu del darrer segle de vida a Barcelona i representen una memòria històrica comercial que, sens dubte, cal conservar. (...) Molts d'ells són referents de determinats estils i èpoques de la ciutat, petits monuments artístics que destaquen per la seva qualitat i originalitat. Decoracions modernistes i d'altres estils que aporten un destacable valor afegit i una qualitat, que singularitza Barcelona i que la fa encara més atractiva pels milions de turistes que cada any la visiten. (...) Darrere d'aquestes botigues singulars, s'amaguen oficis i tradicions artesanals heretades dels antics gremis que han aconseguit sobreviure als temps i convertir-se en centenàries. Conservant la seva identitat han evolucionat amb el temps i s'han configurat com autèntics especialistes del seu camp. (...) El comerç emblemàtic juga, doncs, un paper decisiu, no només per la seva capacitat de generar un paisatge urbà únic, que tenyeix de singularitat la ciutat i li aporta un valor cultural, històric i turístic, sinó com un element que forma part de l'entorn i dels costums que ajuden a configurar la qualitat de vida dels seus ciutadans. Una riquesa cultural, a l'abast de tothom, que vertebrava els barris i identifica la ciutat arreu del món.”

A partir de la descripció d'intervencions lleugeres sobre les plantes baixes de la ciutat, el tercer escenari ha tancat amb una descripció d'algunes de les irregularitats que caracteritzen les façanes quan arriben a tocar a terra, a partir del seu procés de formació, les seves lògiques d'aparició, els sentits als quals apel·len. Destriar aquests plecs els uns dels altres per comprendre la relació que cada un d'ells té amb l'arquitectura i les distorsions que provoca en la línia de front de parcel·la i en la construcció de la ciutat: és un procés de narració que ressona amb l'estructura del segon capítol, també és una categorització, en aquest cas d'objectes a una escala menor, la de la textura urbana, i amb un vocabulari més proper, el de les sensacions. Al mateix temps, l'aproximació a aquestes sensacions s'ha fet a partir de recursos semblants als despleats al primer capítol, els de l'estesa d'un imaginari sensible en varies ciutats sense nom al mateix temps, una acumulació d'imatges i retalls de textos que superposen i barregen *flashos* que expliquen el fenomen de les arrugues urbanes del comerç.

L'observació de la construcció del tercer escenari a partir de la suma d'aquestes intervencions no tracta de convertir l'objecte —el carrer— en model, sinó que el fa servir com a base per a la constatació del canvi constant: hi ha semblança entre els mecanismes de transformació als diferents edificis, als diferents carrers, però la cerca de la individualitat, la vindicació de la identitat, contribueixen a la modelització de les arquitectures de la planta baixa urbana, de l'horitzó dels carrers. És un dibuix en el qual el que ocupa qualsevol parcel·la podria ser intercanviable pel que hi ha qualsevol altra: les notes es reendrecarien al pentagrama i el nou ordre de les vibracions donaria lloc a una composició diferent. És precisament aquesta estructura rígida de les línies invisibles de la propietat el que exalta els canvis i els fa més patents, el que potencia el desplegament de recursos de significació d'uns front als altres, dels presents front als passats.

**71** L'*Ordenança dels usos del paisatge urbà de la ciutat de Barcelona* (1999) defineix en la seva exposició de motius els elements que el constitueixen el paisatge urbà com “els espais públics, les construccions (sobretot les que integren el patrimoni cultural), els espais lliures d'edificació - edificables o no- i l'espai aeri.”, i situa el seu camp de regulació sobre “els agents contaminants d'aquests elements són els que afecten, sobretot, la percepció visual, estètica i de seguretat (façanes del edificis, publicitat, antenes, tendals i qualsevol altra instal·lació accessòria a les construccions o a la resta d'elements del paisatge urbà)”. Excepte pel que fa a les terrasses, els retalls de l'ordenança de paisatge urbà que acompanyen el text de l'anterior apartat, *Forma, arrugues i berrugues*, corresponen a la “Secció 3a: Protecció del paisatge urbà en les *construccions*” -contra la “Secció 2: Usos privats del paisatge en els *espais públics*”, que regula tanques d'obra, elements de publicitat, i activitats no sedentàries com les terrasses-.



## **Coda. FORMES CONTRA PAISATGE**

Les *formes de comerç urbà*, el segon capítol de la tesi, parlava de tangibles, d'estructures físiques, sòlides i consolidades que han estat l'escenari dels intercanvis comercials a la ciutat. Explicava la relació amb la ciutat dels edificis del comerç, de com havien contribuït a endreçar voreres, a fer evolucionar parcel·lars i a refer façanes, quasi sempre de manera accidental, anticipant-se a les normes o generant-les alhora, en tractar de satisfer les necessitats consumistes dels ciutadans. De com un ús essencialment urbà és capaç de reinventar-se i de generar noves necessitats que volen al seu torn nous espais per desenvolupar-se, desplaçant una vegada i una altra la frontera entre l'espai públic i el privat.

Un *paisatge urbà*, en canvi, ha fet la lectura d'un fragment de la ciutat des de la descripció del comerç que l'ocupa, ha establert com a categoria l'observació de les modificacions i dels imprevistos que les botigues provoquen sobre les línies dibuixades pel planejament. Ha mirat amb tres distàncies focals un mateix fons construït, aproximant-s'hi de manera sensorial, gairebé tàctil, tractant de desvetllar una capa urbana, quasi una textura, que de tant visible i evident es presenta desgastada als sentits.<sup>72</sup>

**72** La *Recomendación sobre el paisaje urbano histórico, con inclusión de un glosario de definiciones* de 10 de novembre de 2011 de la UNESCO, defineix com a paisatge urbà històric "la zona urbana resultante de una estratificación histórica de valores y atributos culturales y naturales, lo que trasciende la noción de "conjunto" o "centro histórico" para abarcar el contexto urbano general y su entorno geográfico." I afegeix: "Este contexto general incluye otros rasgos del sitio, principalmente su topografía, geomorfología, hidrología y características naturales; su medio urbanizado, tanto histórico como contemporáneo; sus infraestructuras, tanto superficiales como subterráneas; sus espacios abiertos y jardines, la configuración de los usos del suelo y su organización espacial; las percepciones y relaciones visuales; y todos los demás elementos de la estructura urbana. También incluye los usos y valores sociales y culturales, los procesos económicos y los aspectos inmateriales del patrimonio en su relación con la diversidad y la identidad".

Els usos del sòl i la seva organització són en bona part les formes de comerç urbà; les percepcions i les relacions visuals són conseqüència dels mecanismes que aquestes formes despleguen en encaixar-se a les parcel·les, els edificis o les voreres.

Ni l'un ni l'altre són capítols que esgotin l'univers de relacions entre comerç i ciutat, però tant l'un com l'altre afegeixen gruix en l'anàlisi urbanística clàssica de la metròpolis. Tot i l'explicació detallada de l'inventari de tipologies i d'elements transitoris, cap dels dos capítols té com a voluntat última classificar, sinó que pretén desplegar un ventall de recursos amb que el comerç s'enfronta a la ciutat, i fer evident que l'escenari urbà es pot mirar i dibuixar des de les plantes *baixes*, discriminant i assenyalant només aquells elements que són conseqüència de la presència del comerç.

Les mirades individuals capten atmosferes i textures, canvis i barreges, i es tradueixen en *geografies subjectives* del paisatge urbà, en *mapes mentals* (Lynch, 1960), en *mapes psicogeogràfics* (Débord, 1957). L'aproximació situacionista a la ciutat partia de cartografiar-ne els llocs afectius, els que despertaven emocions als qui les recorren. Però els punts fixos, les àncores i els revulsius urbans per als *flâneurs* contemporanis són en gran part determinats pels plecs desplegats pel comerç a l'horitzó del pla del terra: les passejades per escenaris històrics emmascarats que haurien de fer visibles als individus alguns llocs que els permetessin allunyar-se de l'espectacle global de la ciutat, no s'escapen de l'empremta que el capitalisme desplega. L'*experimentar* la ciutat més que *fer-la servir* que reclamava Débord és inevitablement indestruïble dels elements transitoris inherents a l'activitat que modelen parcel·les, façanes i voreres.

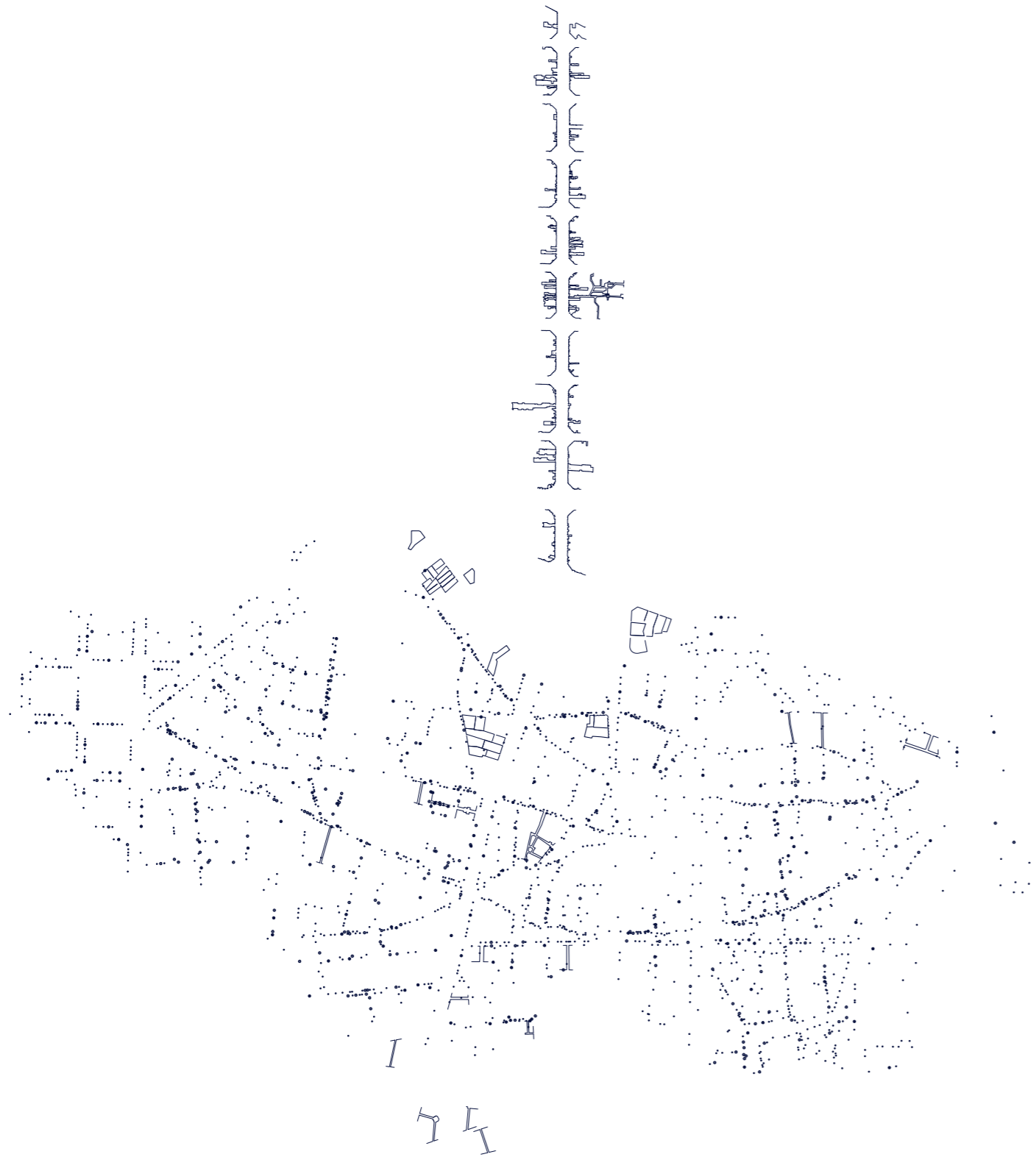
El tercer capítol ha traslladat aquestes geografies individuals a les *cartografies d'un paisatge urbà* que recullen aquest seguit d'impulsos sensibles, que condensen les vibracions a la carn i la pell urbanes: contraposen als plànols de zones i taques, d'alineacions i qualificacions, les textures que conformen *una imatge del carrer*. Una imatge feta de la suma d'intangibles que superposats, sumats i creuats, converteixen en tangible i real la comprensió de la ciutat. Les cartografies elaborades s'han acompanyat de conjunts d'imatges: com passava amb les fonts sensibles del primer capítol, aquests pedaços de fotografies que no sempre són contemporànies mostren les arrugues del comerç i se'ns fan actuals: tot i el pas dels anys, tot i la fragilitat dels transients, la seva superposició continuada en el temps, el *sempre-el-mateix* de Benjamin<sup>73</sup> associat a la visibilitat del comerç a la ciutat, és el que caracteritza en última instància el paisatge urbà.

Si els carrers són voreres, façanes i botigues, cada escenari es fixa en un horitzó quotidià i observa les transformacions que el comerç fa a cada una de les seves parts: a les voreres –els mercats–, les façanes –els carrers comercials–, o les botigues (el parcel·lari) –els magatzems de novetats–. Modificacions de forma i d'intensitat d'ús que marquen ritmes urbans diferenciats i que, vistos de costat els uns amb els altres, donen complexitat a l'escena ciutadana. El solapament entre fenòmens diferenciats obliga a fer el canvi constant d'escala i d'angle de visió, a apropar-se per fer presents unes arrugues menudes, a allunyar-se per veure l'expressió d'aquelles més grans, a cartografiar cada escena amb unes eines específiques i diferenciades.

L'aproximació clàssica a la ciutat acostuma a fer-se des dels components morfogenètics; acostar-se al paisatge urbà a través de la descripció de tres escenaris tracta de fer evident la complexitat de la capa de les activitats en l'anàlisi urbanística. Davant un urbanisme que fixa normes i regulacions, el *paisatge urbà* d'aquest tercer capítol mostra el comportament metabòlic d'un comerç que tendeix a desbordar les regles i que és en repetir-se, refer-se i transformar-se que converteix en fix l'horitzó visible de la ciutat, en un *procés incremental* que determina la forma urbana.

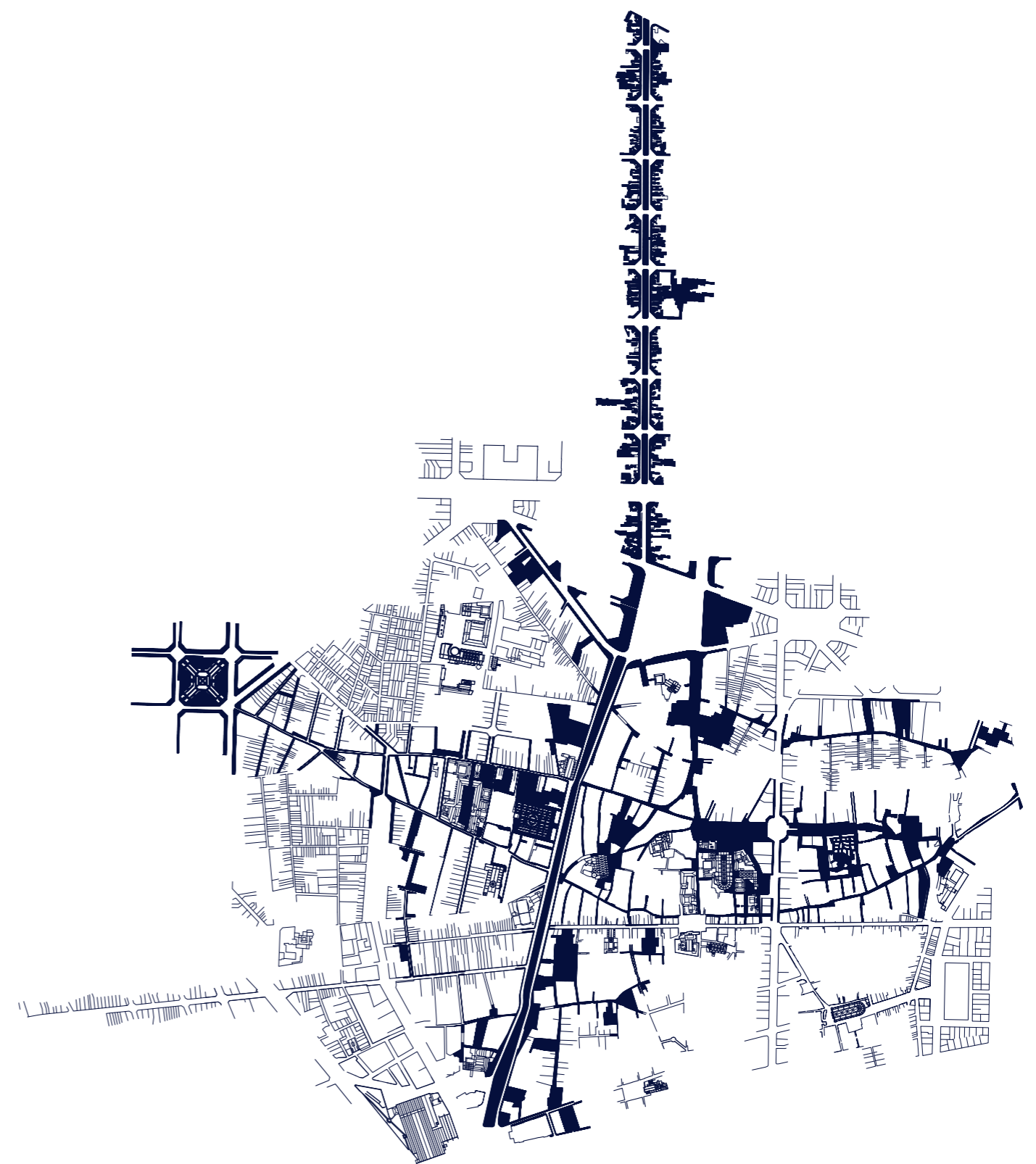
Recolzat en les formes de comerç urbà, el tercer capítol ha mirat el paisatge amb salts en el temps i salts en l'escala, afegint a les tipologies arquitectòniques comercials els ingredients que la intervenció humana les fa reconeixibles i icòniques dins l'horitzó de la ciutat. El *paisatge construït* és producte de les persones, però té vida pròpia, creix i es renova i perdura al llarg mil·lennis, només pot persistir a través del canvi i l'adaptació, perquè “no és només la forma física dels edificis, els carrers i la infraestructura, sinó també les persones que actuen en ells. Si l'entorn construït és un organisme, ho és gràcies a l'activitat humana: la gent imbueix de vida i d'esperit el lloc” (Habraken, 1998). El comerç és una part inherent a aquesta activitat urbana i humana, arrela i queda travat a aquest teixit construït, però no se'n pot estar de transformar-lo, i en aquest procés de canvi constant, fa visible el pas del temps de la ciutat.

<sup>73</sup> Recordeu nota a peu de pàgina 4, capítol 1.



**IMG 3.3: Cartografia d'un paisatge urbà (15) / Tres escenes**

Punts, trencaclosques, incisions i arrugues. La cartografia diacrònica del segon capítol sumava fotografies de cadascuna de les formes de comerç urbà independentment de la seva persistència, el que permetia explicar, per comparació, la seva evolució temporal i la seva expansió paral·lela al creixement de la ciutat. En canvi, la síntesi del paisatge urbà explicat com a superposició de les voreres dels tres escenaris en aquesta cartografia urcònica posa en evidència la necessitat de la multiplicitat d'escala d'observació i la diversitat de punts de vista necessaris per a una comprensió global.



Carrers, voreres, comerç. Sobre una base que suma els *espais col·lectius* de Ciutat Vella -places, rambles i edificis públics- i el dibuix del parcel·lari dels *carrers rectes-per moderns*, dins la trama d'ondulats i corbats de la ciutat medieval-, el plànol superposa les cartografies dels tres escenaris explicats; posades a la mateixa escala es fan incomprendibles les rugositats de la vorera, la mansana o el carrer descrites a cada fragment, però afegeixen una capa d'intensitat -intencionada- a la lectura morfològica del teixit urbà.



#### 4. EL COMERÇ EN MOVIMENT

En un fragment dels “Pasajes de París II” al *Das Passagen-Werk* -on començava a teixir el text a partir dels apunts solts que havia anat acumulant-, Benjamin va escriure: “Paisatge: en això es converteix de fet [París, la ciutat] per al *flâneur*. O més exactament, davant seu, la ciutat se separa nítidament en els seus pols dialèctics: se li obre com a paisatge, l’envolta com a habitació” (Buck-Morss, 1989). Una descripció de l’escena urbana en la qual es barrejaven els arguments de la domesticitat amb els de la mida a la ciutat, dissociats i contraposats però en diàleg inevitable; les transformacions ordinàries que el comerç provoca en la ciutat sintetitzen el conflicte d’escales que genera l’arribada de les arquitectures al carrer i caracteritzen el gruix del que passa *arran de terra*.

Els *jardins en moviment* descrits per Clément (2007) són paisatges projectats on la natura no està sota el control estricte de les persones sinó que en ells les espècies vegetals tenen la llibertat de comportar-s’hi de manera espontània, i on el jardiner no domestica, sinó que observa per potenciar al màxim les característiques naturals del conjunt. El paisatge urbà a tocar de les voreres està caracteritzat fonamentalment per les accions individuals del comerç i està tenyit també d’aquest moviment, d’autosignificació, de transformacions particulars però que defineixen un escenari urbà col·lectiu. Aquest argument del *comerç en moviment* té a veure amb la tesi dels Smithson (1960) amb relació a la no necessitat de regulació estricta dels elements transitoris que configuren la ciutat; també amb el discurs d’Habraken (1998) sobre la impossibilitat de preguntar sobre com i per què els *transients* es despleguen.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Si els Smithson demanaven la no existència -per innecessària- de regulacions front als *transients* que se superposaven a l’arquitectura, Habraken (1998) renuncia a saber els motius que han originat els elements quotidians del paisatge: “In the environmental game, we must watch the game played, observe the live configurations, and deduce the rules. (...) we may be wise not to ask agents acting in the built environment what they are doing, much less why.”

*El Siglo* i la resta de magatzems de novetats; el Portal de l'Àngel i la Rambla de Catalunya; els mercats de Sant Antoni, Sant Josep i Santa Caterina; els espais destinats als intercanvis que han anat apareixent al paisatge descrit al capítol anterior són determinants en la configuració del pla del terra del fragment de teixit urbà on s'insereixen, i com qualsevol forma comercial, ho són per damunt de la resta d'usos de la ciutat. Tot i la diferència d'escala, de manera de relacionar-se amb el carrer, de tipus de comerç a què es destinen, tenen en comú el fet de ser –o d'haver estat– espais sotmesos a canvis físics constants que els transformen sense pausa. És el moviment incessant el que caracteritza aquests espais físics, aquests paisatges col·lectius de la ciutat, i és un canvi intrínsec al comerç, detectable a qualsevol de les formes amb què es presenti.

Sobre el teixit de la ciutat compacta, la ciutat de les voreres contínues (Crosas, 2013), els intercanvis comercials es materialitzen en diferents formes, algunes més construïdes que d'altres, sobre les quals hi mana en algun moment i en última instància, l'atzar del moviment. La unitat mínima susceptible de les transformacions és sempre la botiga; qualsevol de les tipologies descrites als capítols anteriors es pot entendre com a suma d'aquestes unitats. Els mercats sumen parades, els magatzems de novetats, mostradors i departaments, els passatges i els porxos, botigues, igual que els carrers. Hi ha canvis *petits* que les afecten, de modificació de rètol, d'addició d'un tendal, d'ampliació d'una terrassa –també quan estan allotjades en espais interiors, coberts–, canvis que dibuixen a la línia de façana noves arrugues i berrugues; n'hi ha que transformen l'edifici que ocupen, i estintolen la línia d'estructura més propera al carrer per fer vitrines més contínues arran de vorera, modifiquen escales o rampes de connexió amb soterranis i altells. També n'hi ha que actuen sobre l'estructura urbana, més *grans*, que sumen parcel·les, obren camins, cobreixen espais. Són intervencions d'escala molt diversa però que tenen en comú la manera amb què es duen a terme, sempre actuant sobre peces i elements que ja tenen consolidada l'activitat al seu voltant, contribuint, amb el seu canvi, a enfortir-la.

La rapidesa dels canvis i la persistència de l'estructura morfològica als escenaris explicats fan que la individualitat de les substitucions s'esvaeixi en favor d'una imatge global de paisatge urbà. Tot i la quantitat de transformacions en la configuració i l'aparença, i tot i la rapidesa amb que els locals canvien d'aspecte perquè canvien de mans, la ciutat els assimila i els converteix en capes que caracteritzen un *streetscape* que, en canvi, sembla modificar-se molt a poc a poc. Amb la mirada

fixa sobre un àmbit concret, tractar de comptar-ne i recordar-ne les transformacions és una tasca difícil, perquè el canvi, de tan ràpid, es converteix en imperceptible. Les *transformacions silencioses*<sup>2</sup> són el substrat comú del fenomen que caracteritza el comerç urbà, per molt a l'extrem del *fix* o el *transient* que estiguin els canvis que pateix.

El comerç entès com a part inseparable del carrer s'ha d'analitzar, descriure, representar i classificar des d'aquesta condició fonamentalment intangible i indestruïble que el caracteritza: la de l'activitat en moviment constant que, allotjada en formes moltes vegades anònimes, parasita edificis, mansanes i carrers. Les mapificacions i les quantificacions queden superades per la realitat mòbil que pretenen fixar, però en canvi, la caducitat ràpida d'aquestes representacions és l'evidència de la velocitat<sup>3</sup> amb què les substitucions se succeeixen. Transformacions per sostracció o addició enlluernadores, que són visibles als sentits, però que de comuns i universals com són, es presenten alhora com silencioses i anònimes,<sup>4</sup> i que tot i estar sotmeses a regulacions que en determinen alineacions, vols i ocupació, o a ordenances que en fixen mides, colors i aspecte, es continuen succeint i diferenciant les unes de les altres afegint rugositat a la planta baixa urbana.

**2** *Les transformations silencieuses* és el títol d'un text on el filòsof i sinòleg François Julien (2009) reflexiona sobre la dificultat a percebre els canvis incessants:

"D'on ve allò que es produeix incansablement davant els nostres ulls, allò que és el més efectiu, que és patent, certament, però que no es veu? És efectiu, sens dubte: té un efecte tan real que, al capdavall, és el que sentim més intensament i ens assalta a ple rostre. Perquè no es tracta d'una invisibilitat interior, secreta, psicològica, com la dels sentiments, ni de la invisibilitat de les idees, que la filosofia ha decretat d'entrada que té una altra essència diferent al sensible. No, la invisibilitat de la qual parlo és pròpia del "fenomen" i paradoxal: allò que no cessa de produir-se i de manifestar-se obertament davant nostre - contínua i globalment - i, no obstant això, no discernim. És discret per la seva lentitud alhora que massa quiet perquè ho distingim, no produeix un enlluernament sobtat que encegaria la mirada si sorgís, sinó, per contra, alguna cosa més banal: s'ofereix a la vista en tots els llocs i tot el temps, i per això mateix mai ho percebem. No en constatem més que el resultat. ( ... ) " Silenciós" és més exacte que invisible, fins i tot més expressiu. Perquè no només aquesta transformació no es percep sinó que es produeix sense cridar l'atenció, sense alertar, "en silenci": sense fer-se notar i com independentment de nosaltres, es diria que no vol molestar (...)."

**3** Carreras (2003) estableix una durada mitjana de 10 anys per als locals comercials de Barcelona.

**4** Fixar-se, detectar i posar atenció en les coses banals i ordinàries no és fàcil per la proximitat que es té amb elles:: són coses familiars i quotidianes, i l'ésser humà sembla sentir-se més còmode plantejant-se problemes llunyans, profunds, intentant desxifrar misteris, quan el que realment espera la seva atenció l'envolta de ben a prop per totes bandes." (Lefebvre, 1991)

L'acompanyament gràfic d'aquesta tesi està compost per dibuixos que representen una realitat que al dia següent d'haver estat fets ja haurà canviat, que quan hagin estat impresos, ja s'haurà transformat; la gent que surt a les fotografies per explicar la intensitat de l'activitat, ja haurà marxat, els rètols i els llums a les façanes, s'hauran apagat, els personatges dels fragments de novel·la transcrits, continuaran sense existir. Bergson (1911) deia que l'ésser humà pot veure els canvis però no els pot percebre, i que només basant-se en intuïcions pot aproximar-se a una realitat que únicament és expressable a partir de representacions sensibles artístiques, que les atrapa i les fixa: perduraran no les seves escenes, però sí l'atmosfera que transmeten. Les imatges i fotografies que acompanyen el text són expressions ucròniques i atòpiques al mateix temps; les cartografies que segueixen la descripció de les tres escenes són representacions instantànies d'una ciutat que sempre serà inacabada i és aquesta condició la que tracten principalment d'expressar; la ciutat està "en moviment, no para de repartir joc, de provocar col·lisions, d'inventar ritmes inèdits i associacions sorprenents" (Sansot, 1973).

Ciutats en moviment trepitjades per ciutadans que no paren quiets,<sup>5</sup> paisatges urbans que són superposició de percepcions particulars, de mapes mentals individuals (Lynch, 1960) i temps i ritmes –i per tant, maneres de fer-los servir- subjectius (Sansot, 1973);<sup>6</sup> paisatges urbans arran de terra que es mostren variables en la seva configuració física, que necessiten vibrar i transformar-se per sobreviure, que es mouen, canvien i es refan tot i les normes que els constrenyen, i que mentre fan aquesta transformació constant, es fan seva la ciutat.

<sup>5</sup> Lynch (1960) alertava sobre la dificultat de l'arquitectura i l'urbanisme per controlar els temps d'aquest moviment, un temps que sí que és un element intrínsec per a altres arts, però que a la ciutat no està present en l'objecte sinó en els subjectes que la utilitzen i en la imatge que d'ella se'n fan:

"Looking at cities can give a special pleasure, however commonplace the sight may be. Like a piece of architecture, the city is a construction in space, but one vast scale, a thing perceived only in the course of long spans of time. City design is therefore a temporal art, but it can rarely use the controlled and limited sequences of other temporal arts like music. On different occasions and for different people, the sequences are reversed, interrupted, abandoned, cut across. It is seen in all lights and all weathers.

At every instant, there is more than the eye can see, more than the ear can hear, a setting or a view waiting to be explored. Nothing is experienced by itself, but always in relation to its surroundings, the sequences of events leading up to it, the memory of past experiences. (...) Every citizen has had long associations with some part of its city, and his image is soaked in memories and meanings.

&gt;&gt;

&lt;&lt;

Moving elements in a city, and in particular the people and their activities, are as important as the stationary physical parts. We are not simply observers of this spectacle, but are ourselves a part of it, on the stage with the other participants. Most often, our perception of the city is not sustained, but rather partial, fragmentary, mixed with other concerns. Nearly every sense is in operation, and the image is the composite of them all.

Not only is the city an object which is perceived (and perhaps enjoyed) by millions of people of widely diverse class and character, but it is the product of many builders who are constantly modifying the structure for reasons of their own. While it may be stable in general outlines for some time, it is ever changing in detail. Only partial control can be exercised over its growth and form. There is no final result, only a continuous succession of phases. No wonder, then, that the art of shaping cities for sensuous enjoyment is an art quite separate from architecture or music or literature. It may learn a great deal from these other arts, but it cannot imitate them."

<sup>6</sup> Que van en funció de l'experiència que en tenen els ciutadans:

"La ville se compose et se recompose, à chaque instant, par le pas de ses habitants. Quand ils cessent de la marteler, elle cesse de battre pour devenir machine à dormir, à travailler, à obtenir des profits ou à user son existence. Tous les rythmes de la marche y sont ou plutôt y étaient représentés: le rythme lent et incertain des vieillards, la marche rapide des hommes courant à leur travail, les mouvements imprévisibles et capricieux des enfants. (...) Et nous verrons, par la suite, que la rue et le boulevard peuvent se distinguer, dans leurs essences, par la marche qu'ils sollicitent: plus heurtée, plus saccadée, plus sinueuse dans la rue –plus fluide, plus souple et mieux contrôlée sur le boulevard. Les hommes s'approprient de la rue en fonction de leur âge, de leur situation sociale et du rythme que ceux-ci supposent. La cohésion, la nature du groupe qu'ils constituent, se lit à travers leur conduite du trottoir.

Pour les enfants, le trottoir représente la liberté, à mi-chemin des deux contraintes de l'école et de la famille. Ils y découvrent ce que les adultes leur cachent dans leurs familles ou dans les lieux éducatifs. S'ils sont bien jeunes, ils s'y conduisent comme dans une cour de récréation, c'est-à-dire comme dans un espace qui n'est pas un linéaire. Ils vont et ils viennent. La bousculade des adultes fait encore partie de leurs jeux. Ils n'ont pas conscience d'aller d'un point à un autre, par le plus court chemin mais de ce caniveau à cette bouche d'égout, de cette marque à ce quadrillage. Très précisément, l'enfant, par l'effet de sa taille, observe mieux le sol, les retombées de la ville sur sa terre natale, ce que les hommes négligent et qui parle d'eux à leur insu, parce qu'ils "l'ont laissé échapper" malgré eux. La vision d'adulte est, en un sens, décevante: faite pour la "devanture", elle néglige le sol et aussi les façades, les toits, puisque notre regard s'élève rarement au-dessus du rez-de-chaussée"

> **IMG 4.1: NY: Comerç, ciutat: portes, aparadors, cantonades.** Tres projectes fotogràfics que treballen a partir de la seriació i la sistematització de l'atenció a elements quotidians en planta baixa. Els tres exercicis demostren, a partir de l'observació persistent, l'heterogeneïtat en l'expressió de portes, aparadors i botigues, tot i la igualtat de condicions que els ofereix l'entorn. Per una mateixa ciutat i amb una mateixa normativa, els plecs i els signes desplecats caracteritzen de manera particular el que passa a cada parcel·la arran de terra.

> Roy Colmer, *Doors, NYC*: "From November 1975 to September 1976, Colmer photographed more than 3,000 doors, inclusive and in sequence, on 120 intersections and streets of Manhattan from Wall Street to Fort Washington. The project, although documentary in nature, was essentially conceptual to Colmer, for whom *Doors, NYC* was as much an exploration of the serial possibilities of photography as of its ability to capture a place. Rather than approaching the task in a predetermined order, Colmer instead photographed the city as he moved through it on a daily basis, often by subway, from one neighborhood to another, and from one block to the next. He recorded his itinerary in a twelve-volume index, which maps the photographs by intersection, block, and side of the street (even or odd numbers). The physical collection is organized according to these indexes.

Colmer's project complements the Library's New York City photographs by Percy Loomis Sperr and Dylan Stone, although it diverges in intent. Whereas each of those projects was specifically documentary and archival, albeit in different ways, Colmer's project has more to do with the individual creation of urban space over time, and the presentation of that space through photography. In this way, it might be thought of as a visual precursor to Michel de Certeau's *The Practice of Everyday Life* (1980), which theorized the ways that consumers become producers of the urban spaces they inhabit. In this sense, it is also very much a product of its time and, as an individual testament of the city from a specific moment in history, the project now inevitably evokes a nostalgic vision of New York in the 1970s." (<http://www.nypl.org/blog/2014/01/30/roy-colmer-in-memoriam>)".

Font: <http://digitalcollections.nypl.org/collections/doors-nyc#/?tab=navigation&scroll=28>

>> De març a novembre de 2006. Richard Howe va fotografiar les 4 cantonades de les més de 11.500 cruïlles de Manhattan. "If you imagine an ordinary moment / at an intersection in New York City, / and there is a pause because there is a streetlight, / and some people are stopped and others in motion, / and some cars are stopped and others in motion; / if you were to put that into film terms as a "freeze frame" / and hold everything for a second, / you would realize / that there's a universe there of totally disparate intentions, / everybody going about his or her business / in the silence of their own minds, / with everybody else and the street / and the time of day / and the architecture / and the quality of the light / and the nature of the weather / as a kind of background or field for the individual consciousness / and the drama that it is making for itself at that moment, / and you think about that, / that's what happens in the city, / in that somehow the city can embrace and accept and accommodate / all that disparate intention, / at one and the same time, / not only on that corner, / but on thousands of corners ..." (E.L.Doctorow, introducing Ric Burns' *New York: A Documentary*).

Font: <http://www.newyorkinplainsight.com/zMSC/index-msc.html#galleries>

>>> De 2000 a 2008 James i Karla Murray van fotografiar les botigues de New York. A mesura que avançaven amb el projecte, van adonar-se que els establiments tancaven: les normatives de paisatge urbà de la ciutat canviaven les regulacions sobre els rètols de neó, o sobre els cossos sortints a la vorera, o sobre què es podia exposar als aparadors, i es feien inviables. Amb el subtítol *The disappearing face of New York*, l'obra recull les imatges de la rugositat comercial de la ciutat.

Font: <http://www.jamesandkarlamurray.com/JamesandKarlaMurrayPortfolioStorefronts.html>, consultes març 2014.





## Comerç, ciutat

Sansot (1973) parlava de la *campagnardisation* referida al *flâner*, un acte d'amor envers la ciutat que consistia a perdre-s'hi i sentir-s'hi envoltat de desconeguts però iguals, a deixar-se seduir per la promiscuïtat del què hi passa, a sentir-se alliberat de voler controlar-la. A partir del segle XIX, el capitalisme es va materialitzar a les ciutats amb la construcció dels edificis dedicats al comerç de productes que no eren de primera necessitat –i que suposaven la universalització de l'oci i la satisfacció de comprar coses que fins aleshores s'havien considerat de luxe-. Al mateix temps, es vindicava el carrer com a espai públic per als vianants; l'aparició de les primeres voreres va permetre poder passejar de manera distreta a uns *flâneurs* que anaven a comprar no per la necessitat de trobar productes bàsics, sinó com a part de l'acte de deixar-se conquerir per la ciutat. A tocar d'aquestes noves voreres, les plantes baixes de les cases van obrir-se cap al carrer amb els primers aparadors i vitrines.

La *moda* es va convertir en una *mesura de temps* a la ciutat moderna, alhora que canviava les regles entre subjectes i objectes de consum (Buck-Morss, 1989). Era una moda que saltava dels aparadors i s'adheria a la pell dels *flâneurs*: les robes que vestien els maniquins i les dels *voyeurs* s'igualaven i es confonien, de manera que el vidre que separava plantes baixes de voreres, més enllà dels reflexos que pogués retornar, es convertia en mirall i anticipava la desfeta entre el dins i el fora, i privat i col·lectiu es creuaven sense la necessitat que es materialitzessin l'indars físics –arrugues, berrugues- entre uns espais i uns altres. Els objectes desitjats de les vitrines feien girar la mirada dels vianants cap a l'interior dels locals arran de terra: les voreres s'eixamplaven visualment, el carrer entrava més enllà del límit de la façana.

Les *formes de comerç* van ser novetat a les ciutats i van explotar la singularitat que va recaure en elles: els grans magatzems i els passatges van convertir-se al cap de poc d'existir en llocs monumentals, equiparables als edificis més representatius, culturals o religiosos.<sup>7</sup>

Les primeres guies de viatge modernes afegien, a continuació de les notes d'introducció a la història i als llocs més representatius de la ciutat, apunts que en descrivien l'estructura comercial. Recomanaven botigues d'artesans locals i llibreries; destacaven peces singulars com els passatges –primer- i els grans magatzems –més tard- com a part dels llocs per visitar a la ciutat. Traçaven recorreguts per als visitants amb punts d'orientació que es referien a l'aspecte del carrer, que depenia en gran mesura de la descripció de l'aspecte de les botigues i els aparadors que hi feien vora.

El comerç s'ha consolidat en l'imaginari del viatge i del turisme: monuments i atraccions culturals inclouen punts de venda al seu interior, i tot i que botigues i franquícies<sup>8</sup> es repeteixen d'una ciutat a l'altra i els productes difícilment poden no trobar-se allà d'on ve el visitant, viatjar té com a finalitat última comprar. Els plànols turístics s'encerclen amb anuncis de botigues i restaurants; museus i monuments es ressalten al dibuix entre fletxes i cartells de llocs a on comprar: una mateixa ciutat canvia la seva fesomia en funció de la situació dels *spotlights* comercials que patrocinen el seu plànol. Són mapes físics, col·lectius i induïts, temporals, que competeixen amb les geografies subjectives que els ciutadans tenen formades i que els visitants acabaran traçant al final de la seva estada.

**7** Buck-Morss (1989) explica com Benjamin va relatar la seva “entrada a la vida cívica com a consumidor”, quan amb “sensació d'impotència front a la ciutat”, amb “resistència somiadora”, caminava agafat de la mà de la seva mare pels carrers del centre de la ciutat i les impressions que recordava del paisatge que li feia d'horitzó:

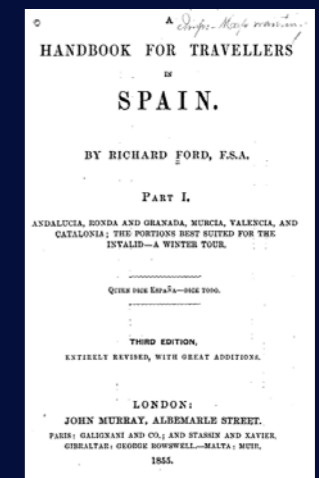
“En aquellos años tempranos llegué a conocer la “ciudad” como el lugar para hacer “gestiones” (...). No era sino hasta llegar a la pastelería cuando nos sentíamos mejor, habiendo escapado de la veneración idólatra que embargaba a mi madre ante ídolos llamados Mannheim, Herzog e Israel, Gerson, Adam, Esders y Madler, Emma Bette, Bud y Lachmann. Una hilera de masas insondables, no, cuevas de mercancías, eso era la ciudad.”

**8** Mangin (2004) parla del doble sentit de les *villes franchisées*: l'un com a símbols de contemporaneïtat urbana; l'altre com a llocs que originàriament comptaven amb regulacions pròpies:

“(…) celui des “franchises commerciales”, signes ostensibles des transformations urbaines contemporaines en périphérie mais aussi dans les centres et les faubourgs. Enseignes reproductibles en réseaux (c'est leur objectif), les franchises envahissent le paysage et le vocabulaire. On ne se donne plus rendez-vous au carrefour mais à Carrefour; on trouve ses repères dans un paysage jalonné de marques, dont dès le plus jeune âge, on connaît les couleurs, les produits et parfois même les concepts, marketing oblige”.

I explica com el terme franquícia va néixer durant l'Edat Mitja per designar els territoris lliures, objecte d'excepció política o jurídica. Avui, l'excepció als llocs del comerç de franquícia rau en la indiferència a l'entorn on s'insereixen: manen les regles de disseny de l'espai que fan la imatge de la marca abans que l'atenció a l'entorn on s'ubica la botiga. Només la configuració de l'espai de llindar, la relació amb el carrer, s'adapta a les condicions de la vorera, dels veïns i de la ciutat.

v > IMG 4.2: Nou guies de Barcelona per a turistes i viatgers, 1855-1950.



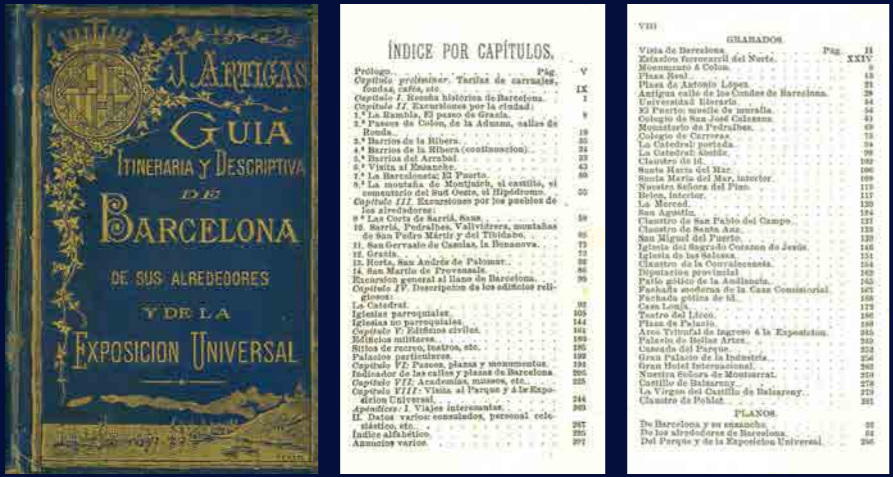
^ **Barcelona segons la guia Murray, Londres 1855.**

Comença la Ruta 45-Barcelona explicant on allotjar-se, on menjar i on comprar. Els viatgers aprenien, abans que on passejar i visitar monuments, on trobar llibreries i joieries. Després, segueixen les següents seccions: *Festivals, Promenades, Cathedral, Santa Eulàlia, Churches, Houses, Port, Fortifications*.

“Inns.- The Catalan takes kindly to the hotel and kitchen. Fonda del grande Oriente, excellent; the charges are 5 pesetas a day: Cuatro Naciones, good, charge 35 reals per day: the Falcè, opposite the theatre. The minor posades are called hostals. The Casas Pupilos (Casas de Desposa) are ill adapted for ladies and not often frequented by foreigners. The warm baths are good. Carriages for country excursions are always to be found near the Puerta del Angel.

Among tradesmen may be named booksellers, Sauri, Calle Ancha; Brusi, Calle Librería; Piferer, Plaza del Angel; jewellers, Ortels, Soler, &c.- they all live together in the Plateria, which everybody should visit.

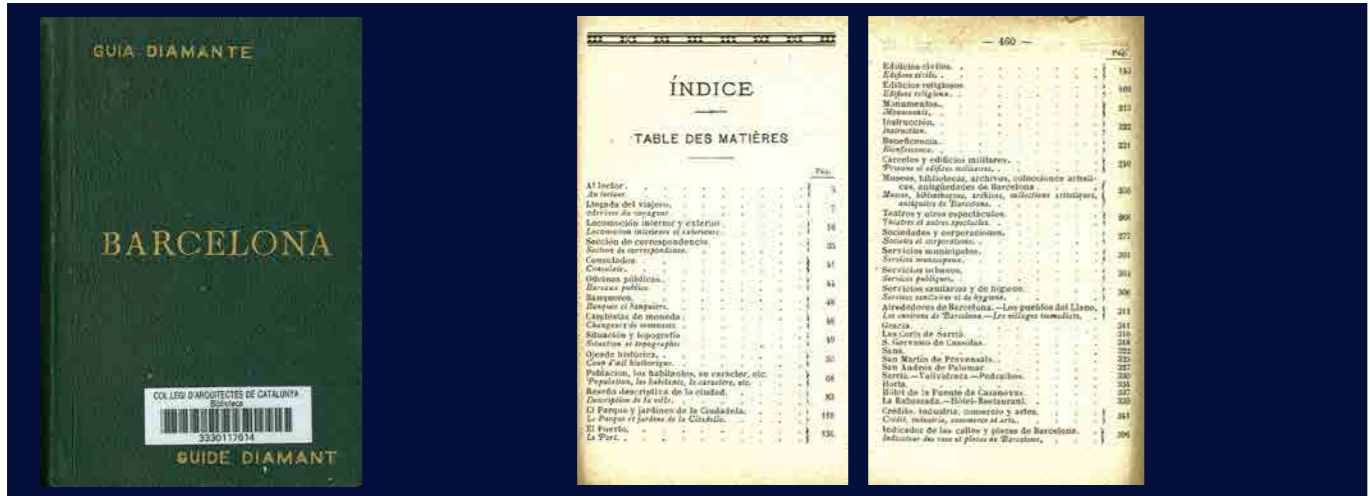
Font: <http://books.google.co.uk/books?id=g1NAAAAYAAJ&hl=ca&pg=PA1#v=thumbnail&q&f=false>



^ **Guia Itineraria y descriptiva de Barcelona, de sus alrededores y de la Exposición Universal, 1888.**

Ofereix un llistat d'allotjaments i de punts de restauració a la ciutat a les primeres pàgines -*Posadas de primer orden, posadas de segundo orden, casas de huéspedes, posadas, restaurants, cafés, cervecerías, chocolaterías*-, i més endavant dedica un capítol a *Industria y comercio*. Tot i estar editada amb motiu de l'exposició i per tant en un moment d'afluència de visitants, és l'única guia que no fa referència al teixit comercial:

"La provincia de Barcelona es reconocida como la primera comarca industrial de España. Es imposible condensar en pocas páginas el gran número de establecimientos industriales y comerciales de Barcelona y sus alrededores, establecimientos que están haciendo titánicos esfuerzos para sostenerse y vencer las dificultades que inoportunos tratados de comercio oponen a su desarrollo."



^ **Barcelona : guía diamante: metódica descripción de la ciudad y sus alrededores... / guide diamant: description méthodique de la ville et ses faubourgs...**, 1900, Luciano García del Real.

La guia està redactada de manera que interpel·la el lector constantment. Comença llistant els possibles allotjaments per ordre descendent de preu, continua amb restaurants, cafès i cerveseries. Més endavant comença amb una "ressenya descriptiva de la ciutat", al llarg de la qual, mentre descriu carrers, no deixa de fer esment al seu caràcter en relació amb el comerç que ocupa les seves plantes baixes:

"Plaza de Palacio.- En esta concluye el Paseo de Isabel II. Es la mayor de la Barcelona antigua: 178,50 por 92,16; hay en el centro una fuente monumental y bonitos parterres; tanto la plaza como sus afluentes constituyen uno de los sitios de más actividad comercial..."

"Calle de Fernando.- Forma un ángulo recto con la Rambla, y tanto esta circunstancia como la pequeña hondonada que forma hacia su centro, para subir hasta que termina en la Plaza de San Jaime, favorece al soberbio golpe de vista que presentan sus tiendas, no menos notables por el lujo, la riqueza, el buen gusto y el arte que en ellas campean. De aquí proveine la celebridad de la calle de Fernando. En días de iluminaciones y de ferias su maravilloso aspecto encanta al forastero. Es una de las calles más elegantes de España, y aun en el rigor del invierno, hasta las diez de la noche, ofrece gran animación. Su longitud es de 313 metros por 9, 24 de anchura, que por cierto ya resulta muy escasa para calle tan principal..."

"Pasaje del Crédito.- Está abierto a la derecha de la calle Fernando, en el último tercio. Se distingue por la uniformidad de sus edificios, por sus tiendas y por una alta techumbre de cristales."

"Jaime I.- La dan asimismo mucho lucimiento sus tiendas, y tiene una longitud de 128,50 por 8,73 de anchura..."

"Plaza del Ángel.- No son grandes sus dimensiones, pero está embellecida por notables establecimientos. Es sitio de mucho tránsito por hallarse entre barrios muy populosos."

"Princesa.- Una de las más largas de la Barcelona antigua y de las más importantes por su comercio: 412 de longitud por 9 de anchura. Moderna y con buen caserío, fue abierta a través de una porción de callejuelas..."

"Plaza Real.- Tiene enlace con dicha Rambla [Rambla del Centro] por medio del Pasaje de Colón, cuya desembocadura forma dos cuerpos adornados con medallones y escudos. Es una de las plazas más hermosas de España; su extensión, 84 por 56 con un área de 4.704. La embellecen una serie de pórticos cubiertos y una edificación uniforme y realizada con magníficas tiendas. En esta plaza la arquitectura moderna ha logrado armonizarse perfectamente con los recuerdos de la antigua. Contiene varios parterres, entre los que descuellan palmeras y en el centro una fuente de hierro sostenida por las Tres Gracias. Son de notar asimismo en esta plaza como en otras principales, sobrebios candelabros para el alumbrado. Con sus tiendas alternan algunos cafés y restaurants."

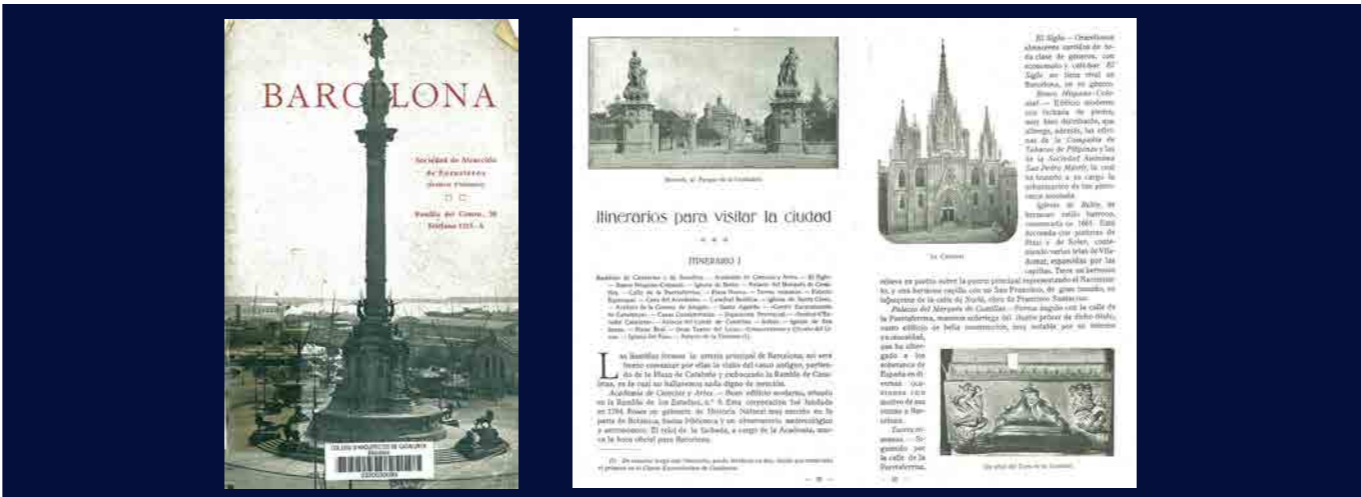
"Pasajes de Bacardí y de Madoz.- Dan acceso a la Plaza Real, lo mismo que el de Colón: el de Bacardí parte también de la Rambla del Centro, y corresponde al aspecto de la plaza con sus tiendas y decorado..."

"Escudillers.- Parte de la Rambla y plaza del Teatro, y, formando casi un semicírculo, va a terminar en la calle Ancha. Es vía de gran circulación, incompatible en su estrechez, y cuenta con muchos y vistosos establecimientos..."

"Platería.- Esta famosa calle, es de las más características, y demuestra cómo tenía que estrecharse la población en aquellos tiempos de trastornos, cuando era preciso atender a su defensa mucho más que a sus comodidades. Su vecindario se compone de joyeros y comerciantes, abundando las tiendas vistosas..."

"Puertaferriera y Boters.- La primera, a pesar de su angostura, es de las principales de esta parte de Barcelona por su movimiento y su variedad de tiendas..."

Més edavant i després de llistar i descriure edificis civils, religiosos, monuments i museus entre d'altres, enceta el capítol dedicat als serveis municipals fent una descripció dels mercats de fresc.



^ **Barcelona, Sociedad de Atracción de Forasteros, 1919.**

El primer recorregut que la guia proposa a Barcelona comença per les Rambles de Canaletes i dels Estudis, i entre l'Acadèmia de Ciències i el Banc Hispano Colonial, destaca una parada als magatzems *El Siglo*, dels quals diu:

"Grandiosos almacenes surtidos de toda clase de géneros, con economato y café-bar. *El Siglo* no tiene rival en Barcelona, en su género."

L'itinerari tomba per Portaferriera fins la Catedral, baixa a plaça de Sant Jaume i torna a La Rambla pel carrer Ferran. Els grans magatzems són un més dels monuments imperdibles que cal visitar.



^< **Espagne et Portugal, Guia Baedeker, 1908.**

L'apartat dedicat a Barcelona de la guia alemanya comença amb la descripció de l'arribada a la ciutat a les estacions o el port, continua amb l'allotjament i la restauració als hotels, cafès, restaurants i braseries; amb el transport amb cotxe, tramvia o ferrocarril. Continua amb serveis i intendència, i situa les oficines de correus, els teatres, les places de toros, els banys públics, els metges, les farmàcies i els bancs. Abans de començar a descriure la ciutat i a donar-ne les dades principals, inclou dos apartats més: les llibreries i una selecció de botigues. En aquest any 1908, les botigues dedicades als productes turístics estan concentrades al llarg del carrer Ferran:

"Librairies: Libreria Francesa, rambla del Centro, 8 (aussi des journaux étrangers); Libr, nacional y extranjera (Fliedner), rambla de Cataluña, 72; Libreria Nueva, rambla del Centro, 25.

Magasins: Les plus brillants, calle de Fernando VII, sur la plaza de Cataluña et dans les Ramblas. Ainsi que dans la calle de Escudillers et dans la Boqueria. Articles catalans: magnifiques dentelles (puntas) et blondes (blondas) et poteries (entre autres, dans la Fayans Catalá, calle de las Cortes, 615, 1er pl.).

-Armes et parures de Tolède, en acier oxydé orné d'or et martelé chez Ed. Schilling, calle de Fernando VII, 23, et chez M. Beristain, au coin de la rambla del Centro et de la calle de Fernando VII. –Eventails, castagnettes, tambourins: Clapés & Comp., calle de Fernando VII, 14, 16.

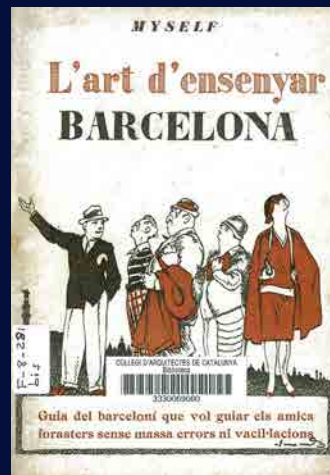
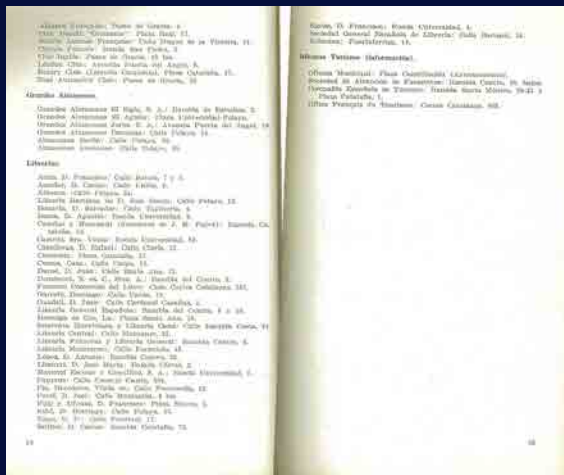
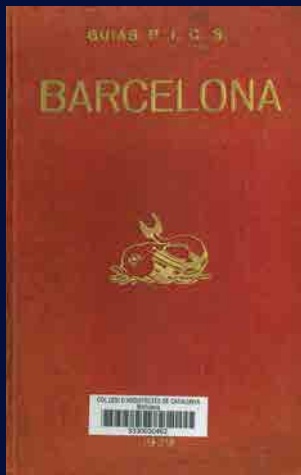
-Ouvrages d'or et d'argent (arracadas, boucles d'oreilles catalanes), calle de la Platería; bourses de filigrane d'argent: Ganzenmüller, pasaje del Crédito, 1. –Articles de voyage, caoutchoucs, papier-linge, etc.: Müller Hermanos, rambla del Centro, 12. –Papeteries: Bazar Comercial,(...) C. Maurer & Comp., calle de Escudillers, 62; Wehrle, même rue, 80. –Opticiens: Font, rambla del Centro, 17; Gauzer, plaza Santa Ana, 17. –Comestibles, confitures, liqueurs, etc., chez Fortuny Hermanos, calle del Hospital, 32 (on parle franç.) et Parent Hermanos, rambla del centro, 36; Libre, au coin de la Rambla et de la calle Fernando VII."

^> **Cicerone de Barcelona: Exposición 1929**

Aquesta guia, editada i patrocinada pels comerciants de la ciutat amb motiu de l'Exposició Universal de 1929, combina els anuncis de botigues i hotels amb una narració descriptiva dels carrers de la ciutat, on també es destaca la presència de comerç i aparadors:

"Integrada la ciudad de Barcelona por el casco antiguo, el Ensanche y los pueblos agregados, cuenta con amplísimos paseos, con sobrias avenidas y espléndidas y bien urbanizadas calles, donde el comercio pone de manifiesto su riqueza en la suntuosidad de sus fachadas y escaparates y los edificios proclaman la magnificencia de su arquitectura.(...) Entre las calles del casco antiguo descuellan por su importancia las que afluyen a las Ramblas, distinguiéndose la mencionada de Fernando VII, espléndidamente iluminada y con lujosas tiendas de artísticos y valiosos escaparates (...)".





^ < **Barcelona: guía práctica y artística de la ciudad, 1929.**

Comença amb el llistat dels hotels, restaurants i cafès; continua amb els sistemes de transport a l'interior de la ciutat; i al final, en el llistat d'adreces útils on inclou agències de viatge, bancs, banys públics, biblioteques, cambres de comerç estrangeres, consolats, clubs i oficines de turisme, fa referència també a grans magatzems -*El Siglo, El Águila, Jorba, Damians, Berlín i Alemanes*- i llibreries.

^ > **L' Art d'ensenyar Barcelona. Guia del barceloní que vol guiar els amics forasters sense massa errors ni vacil·lacions, 1930**

La guia està escrita a mode de relat, dedicada a un lector que ha de rebre una família -els Kaufmann- que el visita de l'estranger i indica les claus per mostrar-los la ciutat amb èxit. Les referències a comerç, restaurants i bars també són constants:

"(...) jo us aconsellaria de començar per una passejada mig en automòbil, mig a peu. No hi ha res que interessi tant l'home mitjà, l'home corrent -i l'altre!- com la fesomia d'una ciutat nova. Sempre m'ha semblat una cosa absurda, sols tolerable als especialistes o als enderiats, d'arribar a una ciutat i sense haver-ne entrevist el conjunt, anar a tancar-se a un museu o a visitar un claustre romànic. Les ciutats europees totes són prou semblants, però encara són més semblants llurs museus i llurs catedrals. I les mateixes diferències que separen uns museus i unes catedrals, és al carrer, a les botigues, en els rostres de la gent on solen tenir una explicació més palesa i més eloqüent. Primer la ciutat viva, sense classificar, sense retolar; primer, la gent que passa, que parla, que gesticula; la corrua dels vehicles, la terrassa dels cafès, el paisatge..."

"No permeteu que els Kaufmann adquireixin les primeres postals que els vingui a oferir un venedor ambulat i impertinent. Prengueu la pena d'arribar-vos a qualsevol magatzem immediat i de comprar, tot triant-les, un parell de dotzenes de postals signades per Zerkowitz o per Sans Ricart."

< v **Barcelona pam a pam, 1950**

En diversos fragments fa referència a botigues amb les quals topa al llarg dels itineraris, o descriu els carrers a partir de l'aspecte que el comerç els confereix: "Carrer dels Corders. Tornant fins a la capella de Marcús passem pel curt carrer de Corders, on hi ha, a l'altre extrem, la nota curiosa d'una botiga d'aspecte medieval on venen campanes. Les més grans pengen del sostre a poca distància dels caps dels visitants. A l'aparador es barregen llumeneres d'oli, canelobres i candelers, creus-reliquiaris, campanetes i mesures de capacitat de llautó.

"L'herbolari del Rei. A la cantonada nord [de la plaça Reial], els pòrtics s'obren a un angle del carrer del Vidre. A la casa número 1, que fa cantonada amb el de les Heures, trobarem l'antic herbolari conegut per "L'herbolari del Rei", un dels establiments més interessants de Barcelona, que conserva del tot el caràcter de l'època romàntica. Les ventalles exteriors pertanyen al tipus neogòtic provocat per la literatura de Chateaubriand i Victor Hugo, com pel llibre de Piferrer amb litografies de Parcerissa titulat "Recuerdos y bellezas de España" (1839). (...) En un dels aparadors hi ha una figura d'un indi americà, típica divisa del comerç ultramarí de l'època. L'interior, de color blau cel, que amb els anys ha esdevingut verdós, és presidit per una font de marbre coronada pel bust de Lineu (...) El balcó interior que l'envolta té uns graciosos requadres amb flors pintades entre elements de foneria; correspon als inicis de la foneria barcelonina Esparó, existent des del 1833."

"Avinguda de la Llum. Un d'aquests corredors, en la direcció del carrer de Pelayo, condueix a la subterrània Avinguda de la Llum, construïda el 1928, centre comercial que serveix de lloc de reunió a una població d'origen rural que l'ha escollit, especialment els dijous a la tarda, dia de descans del servei domèstic."

"El sector de ponent. El tros de ponent de la Diagonal és avui la nova artèria del comerç i els negocis de la ciutat. Ja no és, com fou, un lloc de passeig dels elegants, sinó un lloc de pas i aparcament de cotxes, vorejat d'establiments de luxe, molt animat i àdhuc espectacular a les tardes, quan el sol es pon justament al seu final. (...)"

### Comerç sense carrers, ciutat sense temps

A finals del segle XIX l'economia basada en el consum es va considerar com una eina alliberadora dels ciutadans. Però van trigar poc a aparèixer l'escepticisme i els dubtes al voltant de que es pogués mantenir el ritme de despesa constant en productes que no fossin de primera necessitat.<sup>9</sup> A principis del segle XX la sorpresa va ser descobrir que els ciutadans podien ser éssers permanentment insatisfets, centrats exclusivament en viure, treballar i comprar, on *comprar* es consolidava com una eina imprescindible per a la construcció de la imatge individual (Schor, 1995).

Sortir a comprar significa no només triar entre què es vol i què es pot comprar, sinó també en mirar què encara no es té i per tant, passa de manera automàtica a ser una necessitat; és el procés mitjançant el qual el comprador imagina en què es pot convertir mentre la infinitat de productes que se li ofereixen fa que es mantingui constantment insatisfet (Sorkin, 1992). Comprar és el mecanisme per no quedar-se enrere, assemblar-se al del costat i al mateix temps, diferenciar-se'n aconseguint abans el que l'altre encara no té; la construcció de les identitats passa per l'adquisició de productes que dibuixin una imatge que distingeixi l'individu del col·lectiu (Crawford, 1992). És comprant que l'individu queda seduït per la idea del que pot arribar a adquirir i el farà millor, es projecta en una nova imatge d'ell mateix i se sent capaç de convertir en imprescindibles objectes que minuts abans de



**IMG 4.3: La disparition**, Paola di Bello (1998). Plànol al metro de Paris on han desaparegut, per desgast dels dits que els assenyalaven, els llocs més buscats de la ciutat.

Font: [http://www.italianarea.it/opera.php?w=DIBP\\_45.jpg&artista=DIBP&let=D](http://www.italianarea.it/opera.php?w=DIBP_45.jpg&artista=DIBP&let=D), consulta agost 2013.

<sup>9</sup> El consum es va relacionar amb les consideracions al voltant de la satisfacció personal dels compradors al cap de poc de generalitzar-se com a activitat. S'entenia que una millora en les condicions laborals dels treballadors podia desencadenar un descens del consum: un augment dels sous podia fer que els ciutadans optessin per fer despesa en lleure en comptes de gastar en productes materials; es va fer imprescindible vincular la satisfacció personal amb la necessitat de comprar (Schor, 1995).

**IMG 4.4:** *You are missing plenty if you don't buy here.* Dan Weiner, New York 1946.

Font: [http://emuseum.icp.org/view/objects/asitem/People\\$0040160/4.jsessio nid=883BEB522EB37E67EAB2355EC33D0A2F?t:state:flow=fc2f6d65-b6fc-4fd4-b88a-5f66bdc2a5fa](http://emuseum.icp.org/view/objects/asitem/People$0040160/4.jsessio nid=883BEB522EB37E67EAB2355EC33D0A2F?t:state:flow=fc2f6d65-b6fc-4fd4-b88a-5f66bdc2a5fa), consulta desembre 2013.



veure no sabia que existien.<sup>10</sup> El *browsing* (Bloch, 1989) és una versió contemporània –pessimista- de la *flânerie* del segle XIX: descriu una actitud permanent d'un anar de botigues que pot estar destinat a obtenir informació per a un futur consum o que es fa per simple plaer, però que en qualsevol dels casos acaba desencadenant compres no planificades o, com a mínim, generant en els passejants nous desitjos i noves necessitats. A l'interior de les botigues, el canvi de lloc constant dels productes, la música, l'ambigüitat en la il·luminació artificial, són alguns dels mecanismes destinats a desorientar els clients i desencadenar-los la síndrome *Gruen Transfer* -per Víctor Gruen, l'inventor dels *malls*-, que es com s'anomena el moment en què un comprador amb una necessitat concreta passa a consumir de manera compulsiva, empès més que seduït, per l'atmosfera de l'escenari en que es troba.<sup>11</sup>

Les visions pessimistes respecte a la sobirania dels ciutadans amb relació al consum són nombroses. Deia Arthur Miller a *The Price* (1968): “fa uns anys una persona, si era infeliç, si no sabia què fer, hagués anat a l'església o hagués començat una revolució. Hagués fet alguna cosa.

<sup>10</sup> Schor (2011) explica que durant el *boom* consumista als US entre els 90s i els 2000s, aturat de manera sobtada amb la crisi econòmica al 2008, cada nordamericà va comprar una mitjana de 34, 7 peces de roba durant el 1991. El 1998, 46, i el 2007, 68 -1 cada 5,4 dies-. Al mateix temps, cada vegada es llençava més roba a les escombraries, i de cop va sorgir una nova necessitat irrenunciable: tenir *walk-in closets* als habitatges. El consum en massa també modificava les maneres de viure.

L'acumulació d'objectes superflus fins al punt que desfer-se'n és quasi tant important com aconseguir-los defineix la ciutat invisible de Leonia que descriu Calvino (1972):

“En los umbrales, envueltos en tersas bolsas de plástico, los restos de la Leonia de ayer esperan el carro del basurero. No solo tubos de dentífrico aplastados, bombillas quemadas, periódicos, envases, materiales de embalaje, sino también calentadores, enciclopedias, pianos, juegos de porcelana: más que por las cosas que cada día se fabrican, venden, compran, la opulencia de Leonia se mide por las cosas que cada día se tiran para ceder lugar a las nuevas. Tanto que uno se pregunta si la verdadera pasión de Leonia es en realidad, como dicen, gozar de las cosas nuevas y diferentes, y no más bien el expeler, alejar de sí, purgarse de una recurrente impureza.”

<sup>11</sup> Sennett (2001) associa la desaparició dels *flâneurs* contemporanis a la pèrdua dels escenaris en els quals es podrien perdre, en contraposició als que els ofería la ciutat del segle XIX:

“El flâneur urbà ja no és algú que pot descobrir -com a mínim en nous camps públics- l'estrany, l'inesperat, l'alliçonador. Falta alteritat. Igualment, l'acumulació d'història compartida, i també de memòria col·lectiva, disminueixen en aquests espais públics neutrals. L'espai del consum públic combat la importància local, de la mateixa manera en què el nou lloc de treball combat les històries “innates” compartides pels treballadors.”



**IMG 4.5:** Barbara Kruger, “Untitled (I shop, therefore I am)”, 1987. 30 anys després de la seva obra crítica amb el capitalisme, l'artista va dissenyar la campanya de rebaixes d'hivern per als grans magatzems Selfridge's de Londres.

Font: [http://www.maryboonegallery.com/artist\\_info/kruger\\_info.html](http://www.maryboonegallery.com/artist_info/kruger_info.html), <http://www.theguardian.com/artanddesign/artblog/2007/dec/27/catchofthedayistheselfri>, consulta desembre 2013.



**IMG 4.6: Streetlife.** Sèrie de portades de *The New Yorker* entre 1946 i 1947 de Witold Gordon. Amb el títol de *Streetlife*, dibuixava els carrers de New York representant les botigues menudes i els aparadors en planta baixa al teixit de cases *brownstone* més que als carrers entre gratacels. Més de mig segle després, al 2008, Tomine Delivery dibuixava una portada on representava la paradoxa de la rapidesa i el baix cost de les compres online de productes que la propia ciutat ofereix.

Font: <http://www.newyorker.com>, consulta gener 2015.



Avui ets infeliç? Surt a comprar”. Qualsevol persona és consumidora,<sup>12</sup> els ciutadans ho són, però també s’hi han tornat cada vegada més els forasters: si els magatzems de novetats s’havien erigit en educadors dels gustos i de les modes urbans per als qui no vivien a les ciutats, la universalització del consum ha convertit l’*anar a comprar* en un procés quotidià que fa familiar qualsevol botiga del món –d’una part del món-, que converteix en segurs, per coneguts, els llocs del consum als turistes i viatjants. Les ciutats convertides en botigues són passejades per ciutadans transformats en compradors que no veuen més enllà que els productes que s’hi exhibeixen, i se’ls fan invisibles uns escenaris i uns espais que, a parer de Koolhaas (1997), si estiguessin dedicats a altres finalitats -biblioteques, termes, universitats- podrien arribar a comprendre als usuaris per la seva grandiositat.

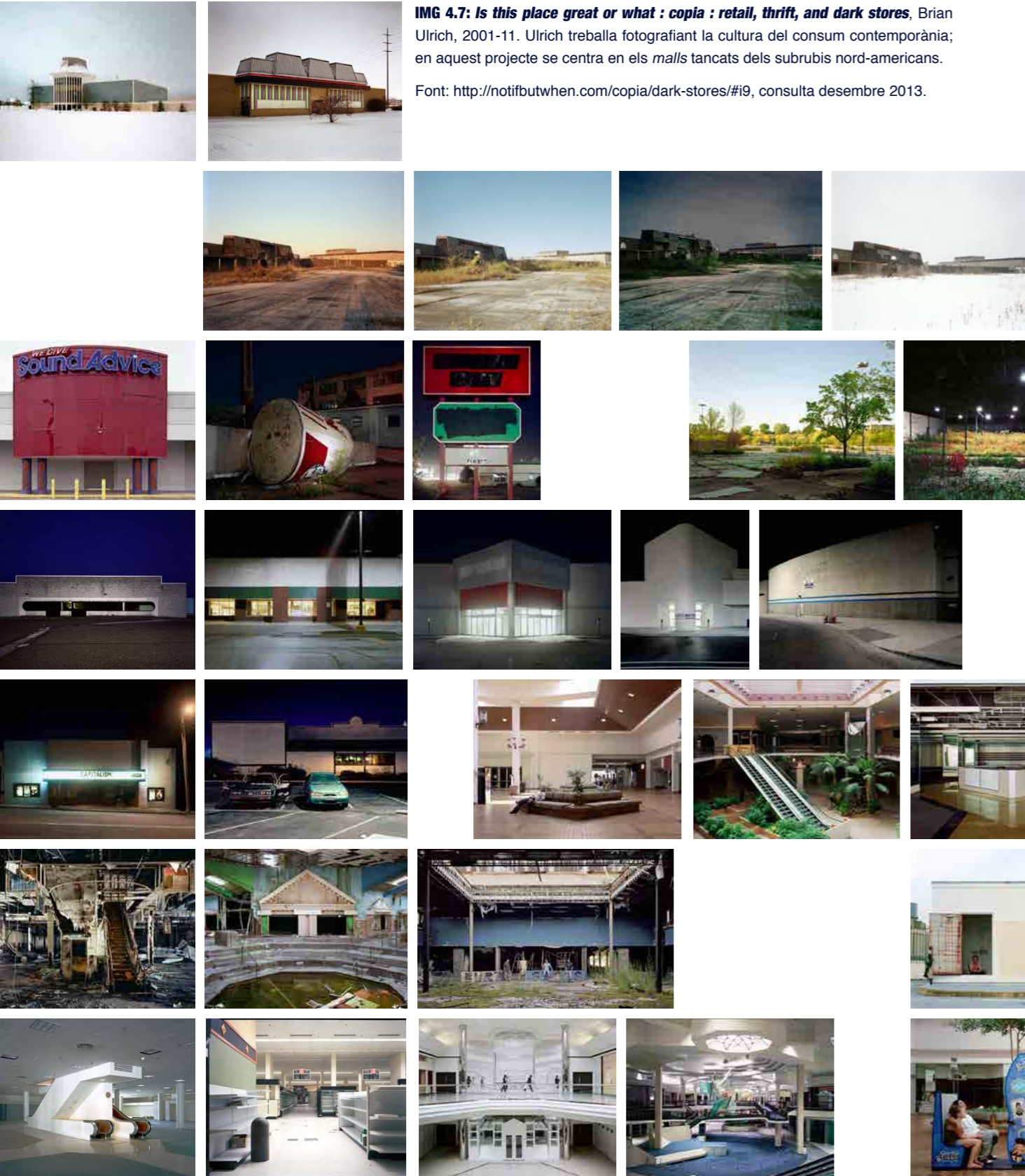
Al mateix temps que l’actitud davant el comprar invisibilitza l’escenari on es desenvolupa l’activitat, el desplegament de recursos per fer més confortable el procés de consum s’actualitza, i si entre finals del segle XIX i principis del segle XX la voluntat de facilitar l’activitat als compradors havia significat la invenció d’infraestructures per acostar els vianants als establiments, de somiar amb formes *imaginades*,<sup>13</sup> el segle XXI és el de la sublimació màxima d’aquest acomodament: el de comprar des de casa, el dels SEOs i els PPCs,<sup>14</sup> el del comerç estàtic, que ja no necessita del desplaçament de l’individu, al qual ja no li és imprescindible la ciutat.

**12** Hi ha diferents categories entre els compradors; Stone (1954) es va fixar en les persones consumidores a Chicago –que eren fonamentalment dones-, i va determinar-ne quatre patrons de comportament: les que triaven els grans magatzems per la competitivitat dels seus preus, les que buscaven la complicitat amb els dependents, les que tractaven d’afavorir el comerç de proximitat en una actitud de patronatge, i les apàtiques, a qui els era igual tot i el que volien era minimitzar l’esforç i el temps a l’hora de comprar; més tard Boone et al. (1974), observant les dinàmiques de consum a San Francisco, van donar per bones aquestes categories, que van quedar establertes en les bases de la psicologia i la sociologia de la cultura del consum.

**13** Recordeu el segon capítol de la tesi.

**14** El *Search Engine Optimization* (SEO) es pot considerar la versió cibernètica del pasatge, del mercat, o del mall. No es tracta de buscar la millor posició per la botiga dins l’edifici, o d’haver-la de fer visible amb rètols o aparadors: el comerciant paga per obtenir un bon posicionament a les consultes fetes a través dels cercadors d’internet per part dels consumidors potencials. El *Pay-Per-Click* (PPC) és el sistema mitjançant el qual les pàgines web paguen un gestor en funció del tràfic que se’ls envia des d’una altra pàgina. És la versió contemporània als anuncis a la premsa o les tanques publicitàries per als establiments on-line, la manera d’atraure consumidors potencials virtuals.





**IMG 4.7: Is this place great or what : copia : retail, thrift, and dark stores**, Brian Ulrich, 2001-11. Ulrich treballa fotografiant la cultura del consum contemporània; en aquest projecte se centra en els *malls* tancats dels suburbis nord-americans.

Font: <http://notifbutwhen.com/copia/dark-stores/#19>, consulta desembre 2013.

A la ciutat del comerç virtual, les botigues no fan d'espais d'intercanvi sinó d'aparadors gruixuts arran de terra: es posicionen a la ciutat i generen impulsos, memòria, records als ciutadans, que els incorporen i els transformen en desitjos, que canalitzen en compres, probablement no al mateix local que els ha desencadenat, sinó a qualsevol botiga semblant de la ciutat, o *online* –en catàlegs on els models i les versions dels productes són infinits, perquè no depenen dels límits físics d'emmagatzematge que suposen les botigues en planta baixa-. El que passi al darrere dels aparadors arran de terra deixa de ser imprescindible, el comerç a la ciutat es desmaterialitza: més enllà del llindar, del rètol, de la vitrina, les voreres que s'eixamplen i entren a les mansanes deixen de ser necessàries.

És la sublimació del paradigma marxista del fetixisme de la mercaderia: desapareix la imatge del productor però també la del mercader, els objectes s'associen amb el seu preu de mercat –abstracte, arbitrari i no amb el seu valor real (Buck-Morss, 1989);<sup>15</sup> aconsegueixen una objectivitat pròpia en deixar d'estar en mans d'intermediaris. La despersonalització de la producció deriva en la solitud en el consum; en el pas de l'autosuficiència de la mercaderia a la de l'individu comprador, l'escenari urbà es fa accessori. Les pràctiques solipsistes allunyen el consum de qualsevol possibilitat de socialització i relació, i alienen els intercanvis de l'espai físic del carrer, de l'univers d'urbanitat de les voreres al pla del terra: el comerç sobreviu sense les seves formes, sense els carrers, sense escenari físic que el suporti.

De manera paral·lela, els espais destinats al consum es modifiquen i canvien el seu emplaçament dins la ciutat: a intramurs, les formes de comerç van consolidar-se com a centres de socialització, però l'augment del consum de sòl es va convertir en la tendència de comportament dels espais dels intercanvis que creixien per evolucionar i poder continuar oferint nous productes: les botigues d'alimentació especialitzades van

<sup>15</sup> Benjamin va recuperar el terme fantasmagoria que Marx (1867) assenyalava com a una de les conseqüències alienants del capitalisme i el citava en referència amb la distància que apareixia entre objecte i subjecte en perdre's la percepció del valor real d'aquest últim:

"Etiquetada, la mercaderia entra en el mercado. Aunque su calidad e individualidad propias crean un incentivo de compra, esto carece de importancia a la hora de la evaluación social de su equivalencia. La mercaderia se ha convertido en una abstracción. Una vez escapa de las manos de sus productores y se ha liberado de su particularidad real, deja de ser un producto controlado por los seres humanos. Se reviste de una objetividad "fantasmagórica" y se hace dueña de su propia vida. La mercaderia parece, a primera vista, algo trivial y autosuficiente. Sin embargo, su análisis muestra que es algo desconcertante y repleto de sutilezas metafísicas y travesuras teológicas." (A Buck-Morss, 1989)

derivar en *colmados* i botigues d'ultramarins que oferien major varietat; els mercats de frescos van fer néixer els supermercats de productes envasats, que van créixer per convertir-se més tard en hipermercats. Els passatges es van fer galeries, que al seu torn es van hibridar i convertir en *malls*.

A les vores de la ciutat al voltant de les portes de les muralles, havien aparegut els mercats temporals mentre mercaders i pagesos n'esperaven l'obertura per poder accedir als centres; també s'hi havien situat alfòndecs i caravanserais, on els comerciants tancaven tractes entre ells, en un pas de la cadena previ a contactar amb els compradors finals. Als límits de la metròpolis actual, prop dels nusos de les infraestructures –les portes contemporànies-, s'hi situen àrees logístiques amb formes arquitectòniques extensives, d'expressió oposada a la dels seus antecedents històrics, i espais comercials que s'han allunyat dels centres urbans en la cerca de majors superfícies de sòl,<sup>16</sup> prescindint del paisatge urbà consolidat i descentralitzant-se, amb estratègies que desencadenen un creixement del consum energètic i un desequilibri ambiental: anar a comprar deixa d'estar lligat amb passejar i obliga al desplaçament individual amb vehicle privat.

En aquest context, els canvis petits, les transformacions silencioses, la mutació delicada del lloc, se'n ressenteixen segons les versions més pessimistes. La ciutat “substitueix les irregularitats i plaers de les ciutats tradicionals per elements particulars universals, per un urbanisme genèric modulats només per elements de decoració sobreposats. Una vegada els seus components s'han reduït a la mínima repetició, l'espai es desparticularitza. Obsedida amb els llocs de producció i els punts de venda, la nova ciutat és poc més que un conjunt de bits urbans deslligats d'una imatge física de conjunt, i la idea de ciutat com a lloc de comunitat i de connexions humanes queda sacrificada” (Sorkin, 1992). Els compradors sense sobirania es mouen de manera apàtica per la ciutat botiga, no a l'espera de la sorpresa sinó buscant el que ja se sap que trobarà.<sup>17</sup>

**16** Són formes que generen la necessitat de necessitar més sòl fins a límits absurds: el *New South China Mall*, a Dongguan, i el *Dubai Mall* es disputen el primer lloc de ser els centres comercials més grans del món. El xinès ho és en superfície destinada al comerç i el dels Emirats Àrabs, en extensió total. Dels 659.612 m<sup>2</sup> de superfície que té el *New South China Mall*, repartits en 2350 locals que ofereix des de l'any 2005, només 47 estan ocupats el 2014. Vegeu-ho a: <http://www.youtube.com/watch?v=5zPkm2SU1DM>

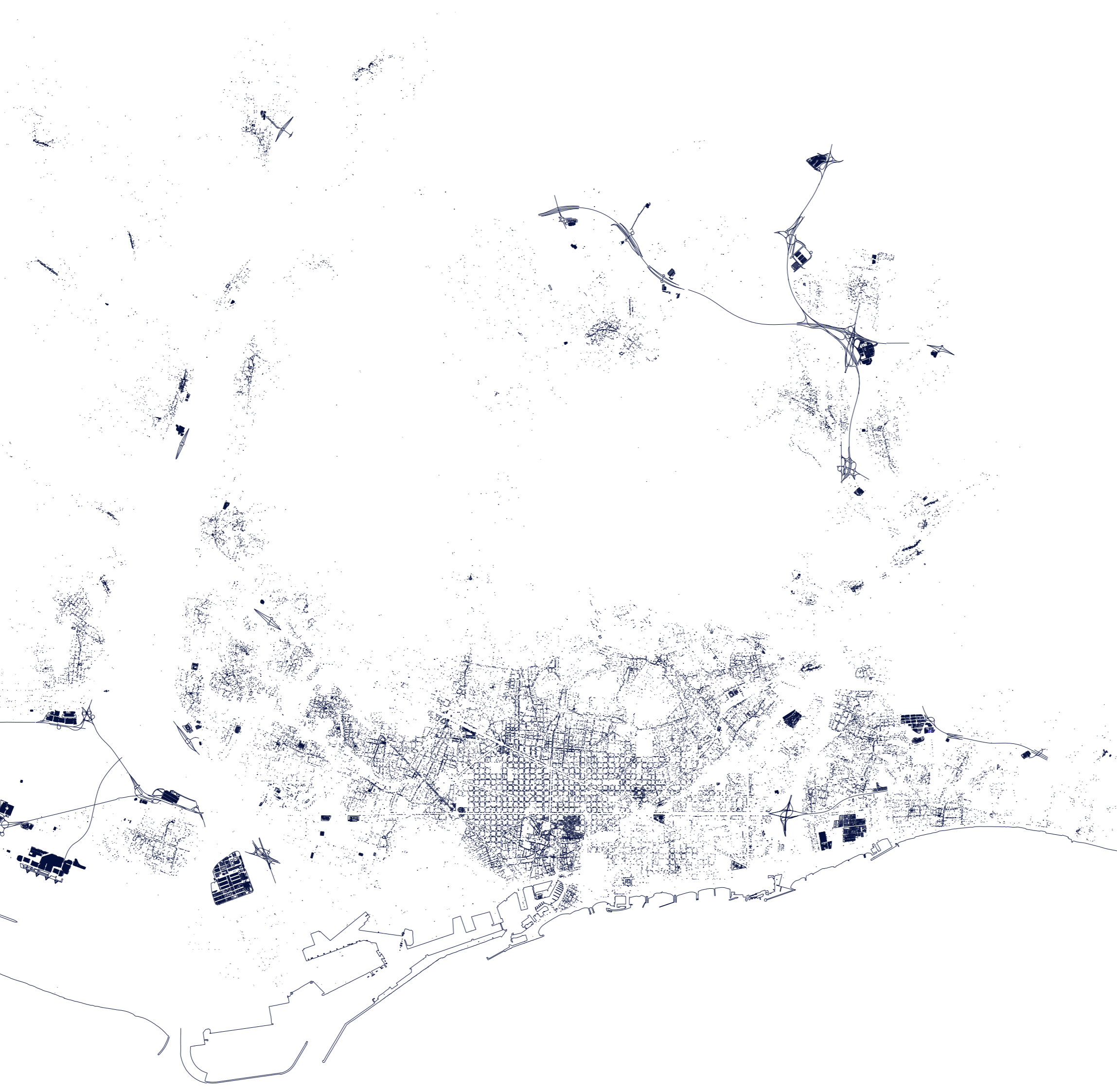
En els límits de la situació insostenible, aquestes peces monofuncionals i dependents de l'automòbil han caigut, amb el descens del consum, en l'abandonament. El *boom* dels *malls* suburbans americans s'ha reciclat i reconvertit en una nova moda: la de la passió pels mateixos *malls* -ara *dead malls*- objectes abandonats a les perifèries. Hi ha nombroses pàgines web blogs dedicats tema; és interessant l'aproximació que el fotògraf Brian Ulrich en fa a *Is this place Great or What* (vegeu IMG 4.7).

**17** Chermayeff (1961), en un article dedicat a la mobilitat urbana, parlava de la impossibilitat d'iniciativa individual en un entorn uniformat i sense sorpreses:

**IMG 4.8: Cartografia d'un paisatge urbà (16) / El comerç metropolità.** El comerç de les portes, els aparadors, les cantonades al carrer vs. als grans contenidors de grans superfícies i centres comercials recolzats a les infraestructures.

Sobre una constel·lació de punts que simbolitzen els establiments comercials (base de dades *Camerdata*, cens voluntari de les activitats, actualització any 2008). S'han inclòs les activitats de comerç de fresc, les de comerç quotidià, les de comerç de consumibles, les de consum cultural i les de restauració: cada punt minúscul al dibuix, està majorat a 4m de diàmetre- es disposen les formes de comerç metropolità. Mercats i grans magatzems s'adapten a la morfologia del teixit i es distribueixen de manera homogènia als cascs urbans; centres comercials, grans superfícies especialitzades i peces de comerç majorista cauen a les vores de la metròpolis i el valor en el seu enclavament està en la proximitat als enllaços amb les grans infraestructures. Els nusos viaris són les portes comercials metropolitanes.

Font: Elaboració pròpia a partir de la interpretació de les cartografies de la *Forma metropolitana de les activitats* elaborades per a l'exposició "Metròpolis Barcelona". Propietat del treball original: Àrea Metropolitana de Barcelona, AMB. Autors del treball original: Eulàlia Gómez, Judith Recio.



La pèrdua de les lleis històriques de proximitat,<sup>18</sup> l'autèntic fonament de la ciutat, fa patent per a la preservació de l'escenari físic urbà la necessitat de les ecologies que el produeixen i l'habiten (Sorkin, 1992). Quan la ciutat deslocalitza els seus llocs d'intercanvi, en conseqüència els desmaterialitza i es desocialitza: els carrers d'aparadors i de botigues podrien no tenir-hi sentit. Sense la necessitat de carrers, desapareixerien els llocs de trobada, les rugositats a les façanes, les irregularitats, les reculades i les desalineacions. Deixarien d'haver-hi llocs d'encontre, de converses, d'intercanvis, de diferències, d'acords, de casualitats.

Però el comerç continua manant al pla del terra: comprar continua sent una activitat espacial –*anar a comprar* (Goss, 1993)- i el comerç necessita els seus *llocs*. Simmel (1903) sostenia que la vida a les grans ciutats havia canviat la lluita per la subsistència per la lluita per atraure l'atenció de la gent: els venedors que provoquen incessantment necessitats noves i cada vegada més concretes en els compradors, la invenció de nous productes afavoreix l'especialització de l'oferta alhora que es dirigeix cap a la diferenciació, l'afinament, l'enriquiment material de l'individu consumidor. La competició per atrapar els passejants es tradueix en la manera de mostrar-se cap al carrer de les botigues, en el desplegament de recursos orientats a mostrar el producte que ofereixen el més seductor i desitjable possible, afegint-hi misteri i un punt d'inaccessibilitat. Tot i l'actitud dels vianants *blasés* (Simmel, 1903), indolents i immutables davant les diferències que els presenta l'escenari pel qual es mouen, el comerç arran de terra continua oferint-los a tocar de les vores llindars on aixoplugar-se, aparadors on veure's reflectits, esglaons on asseure's i reculades on recolzar-se.

<< (...) We imagine we are getting more individual choice but in fact we are getting less freedom because the mass culture and the mass production systems scattered randomly over low-density concentrations of human beings can only support the stereotyped. It requires a very high concentration, full of ambivalence, uncertainty, mixed intensity, density, frequency of use, to induce the real variety, which actually produces choices.

You can get choices, as a matter of fact, along Third Avenue, but I defy you to get a choice in the supermarket, because you have seen it all before and will again in every other supermarket.

What I am talking about is the lack of opportunity to meet other than preconceived purposes produces stereotyped people. People move from target to target, but they know what they expect before they get there and that is exactly what they get. There is no surprise, no adventure. There is none of the evolutionary pressure which difference, variety, mix makes."

<sup>18</sup> El comerç de proximitat requereix per sobreviure densitat d'usuaris, però també població i diversitat; quan els centres de les ciutats canvien residència per oficines, o quan els habitatges es transformen en apartaments per a turistes i hotels, l'oferta comercial s'especialitza en els nous consumidors i es degrada (Borja, 2014). Els comerciants aversejats a aquest públic ja no cerquen la fidelització, la clientela és anònima i la indiferència per part dels establiments creix (Eleb, 2005).

**19** “Zora tiene la propiedad de permanecer en la memoria punto por punto, en la sucesión de sus calles, y de las casas a lo largo de las calles, y de las puertas y de las ventanas en las casas, aunque sin mostrar en ellas hermosuras o rarezas particulares. Su secreto es la forma en que la vista se desliza por figuras que se suceden como en una partitura musical donde no se puede cambiar o desplazar ninguna nota. El hombre que sabe de memoria cómo es Zora, en la noche, cuando no puede dormir imagina que camina por sus calles y recuerda el orden en que se suceden el reloj de cobre, el toldo a rayas del peluquero, la fuente de los nueve surtidores, la torre de vidrio del astrónomo, el puesto del vendedor de sandías, el café de la esquina, el atajo que va al puerto.” (Calvino, 1972).

**20** “El hombre que viaja y no conoce todavía la ciudad que le espera al cabo del camino, se pregunta cómo será el palacio real, el cuartel, el molino, el teatro, el bazar. En cada ciudad del imperio cada edificio es diferente y esta dispuesto en un orden distinto; pero apenas el forastero llega a la ciudad desconocida y echa la mirada sobre aquel racimo de pagodas y desvanes y cuchitriles, siguiendo la maraña de canales, huertos, basurales, de pronto distingue cuáles son los palacios de los príncipes, cuáles los templos de los grandes sacerdotes, la posada, la prisión, el barrio de los lupanares. Así —dice alguien— se confirma la hipótesis de que cada hombre lleva en la mente una ciudad hecha sólo de diferencias, una ciudad sin figuras y sin forma, y las ciudades particulares la rellenan.” (Calvino, 1972).

## El comerç i el pas del temps

Zora i Zoe, són dues ciutats invisibles que es mostren de diferents maneres als seus passejants: l'una<sup>19</sup> perquè les coses petites que distingeixen els seus carrers, les ordinàries que a primer cop d'ull semblaven indiferents, són les que després configuren els records dels qui la trepitgen; l'altra<sup>20</sup> perquè adapta la seva forma a la imatge subjectiva que n'ha fet a priori cada visitant que hi ha passejat.

La identitat de la ciutat està en l'equilibri entre la seva forma física i les sensacions que desperta, i les formes de comerç —amb el desplegament d'elements ordinaris que fan sobre l'arquitectura i el carrer, com a Zora; capaces de convertir-se en fites que consolidin el record dels ciutadans, com a Zoe- doten les plantes baixes dels carrers de la *imagibilitat*<sup>21</sup> que necessiten. Una mateixa ciutat està sotmesa a diferents observadors que es fixaran en diferents seus aspectes —en el seu paviment, o en les seves corbes, o en les seves arrugues (Lynch, 1960)-; una diversitat de mirades que farà difícil de percebre de manera unívoca el conjunt de les alteracions que se succeeixen incessantment provocades pel comerç. Una mateixa ciutat que transmet una aparença, un so, una olor, unes sensacions diferents a uns observadors principalment en moviment,<sup>22</sup> com també ho estan —sotmesos a aquest canvi constant- els elements físics, els locals de planta baixa, que són els que caracteritzen essencialment els paisatges de carrer.

**21** Per Lynch (1960), la *imagibilitat* és la qualitat física de l'objecte que el permet tenir grans probabilitats d'evocar una imatge potent a qualsevol observador (i per tant, de passar a formar part del seu mapa mental urbà):

“És la forma, el color o la disposició que facilita la construcció d'imatges ambientals clarament identificades, poderosament estructurades i de gran utilitat. També pot anomenar-se *llegibilitat*, o potser *visibilitat* en un sentit elevat, on els objectes no només són capaços de ser vistos sinó que es presenten als sentits de manera brusca i intensa.”

**22** Una ciutat estimulante que es percep de manera subconscient a la vegada que es fan altres coses que no són simplement passejar-la, però que Lynch (1954) trobava caòtica:

“I think most of us at one time or another, when we were not so occupied with other things, have had the experience - the rather disturbing experience - of actually seeing the city, of actually looking at it and sensing the disturbed and chaotic forms out of which it is made. Luckily or not, this, I think, is a rather rare occurrence. More generally, the city is experienced as a subconscious irritation or perhaps a drain on nervous energy and only infrequently as a meaningful or pleasant experience. “

El comerç que s'encén i s'apaga amb el dia i la nit, els aparadors que canvien d'aspecte amb el pas de les estacions, les arrugues que desapareixen en baixar les persianes, formen part d'un engranatge que mesura el temps urbà. És una suma de temps desiguals, responsable en gran part de la riquesa a l'escenari de la ciutat:<sup>23</sup> el creuament de ritmes cíclics i ritmes lineals –els uns, els que segueixen les successions naturals de dia i nit, de pas de les estacions; els altres, els que marquen les franges ocupades per activitats concretes en les rutines- se suma amb moments de discontinuïtat i d'espontaneïtat, de sensacions, de consciència de coneixement adquirit, que són els que il·luminen l'existència quotidiana i mostren la complexitat del que envolta el ciutadà (Lefebvre, 1959).

La ciutat continua sent el lloc dels *flâneurs*, l'escenari on els passejants es perden<sup>24</sup> al mateix temps que troben en ella les eines per retrobar-s'hi.<sup>25</sup> El comerç en moviment genera part d'aquest repertori de materials essencials que construeixen la identitat urbana, part imprescindible dels trets que defineixen el pla del terra a la ciutat. Evidencia la superposició d'un pas del temps irreversible que actua sobre el paisatge urbà com ho fa sobre el paisatge natural, envellint-lo, gastant-lo, madurant-lo, arrugant-lo; un pas del temps cíclic, que marca les hores i els canvis d'estació.<sup>26</sup>

**23** Pannerai i Mangin (1999) ressalten la importància dels ritmes diferenciats que el comerç imprimeix a la ciutat com a eina de projecte urbà:

“El dinamismo de las arterias comerciales, si no es contrariado por la voluntad de un “buen gusto” inapropiado, crea su propio paisaje, más pintoresco que el obtenido por la regulación de la publicidad o la normalización de los escaparates. Todo lo más, se pueden definir registros sucesivos, señalización/señales/publicidad, que no tienen la misma obsolescencia. Entre el ritmo de modificación de plantas bajas, cotidiano para la exposición, semanal o mensual para la vitrina, anual o mayor para el escaparate, y el ritmo, a más largo plazo, de la modificación o de la sustitución de la edificación, se dan obras de mantenimiento, de pintura, de revoco, que pueden aplicarse solo a ciertas partes de las fachadas. Su fraccionamiento en función de las circunstancias, puede aportar la justificación de una modulación útil que se puede sugerir con algunas reglas simples.”

**24** En aquests carrers caòtics anunciats per Lynch (1960), els individus experimentaven un buit interior en perdre-s'hi, en una desorganització –tot i els mapes, tot i la numeració dels carrers, tot i els senyals i el mobiliari urbà-; confiava en la claredat de l'escenari, del paisatge construït, de la imatge que del món físic té cada individu, com a eines per al retrobament. Una imatge que situava a mig camí entre les sensacions immediates i la memòria i l'experiència; una necessitat de reconèixer els voltants que depengués tant de la claredat de la imatge subjectiva com de l'ordre de l'entorn.

**25** També Sansot (1973), al capítol ‘Marcher, marcher dans la ville: cadences et rythmes urbains’, reclama el dret de cadascú a tenir el seu propi reconeixement –la seva pròpia imatge- de la ciutat:

“Parce que nous sommes enfermés dans une ville à laquelle notre destin est lié dans la mesure où nous avons quelque connivence avec elle. Si les hasards de ma carrière m'ont seulement jeté, en elle, pour un certain nombre d'années, il me suffira de connaître

L'ús selectiu que fa el vianant de l'espai col·lectiu comercial en funció dels seus propis temps, triant en quins locals entra, en quins es mira reflectit als aparadors, en quins llindars es recolza per esperar una cita, dibuixa els ritmes lineals que el comerç imprimeix a la ciutat. L'aprehensió sobtada dels canvis, de les novetats, dels locals que se substitueixen, dels que es renoven i es refan, són els moments puntuals que marquen la discontinuïtat del pas del temps urbà. És un pas del temps que, igual com passa amb les geografies que el comerç desplega en l'imaginari de cada passejant, es subjectiu i existeix en la consciència individual (Sansot, 2001); només deslligant-se'n, allunyant-se del ritme de la vorera, es pot arribar a entendre i se'n poden objectivar les mesures que el manen.<sup>27</sup>

mon lieu de travail et mes points de distraction, cherchant en outre à m'orienter, aux mieux, dans ses artères. Mais si elle est ma patrie, si je ne peux l'abandonner qu'en me perdant, il m'importe de reconnaître, au plus vite, ses limites, ses secrets. Je suis semblable au passager qui confie sa vie à un navire et qui cherche à investir ses éléments, la machinerie, les cabines, le pont à bâbord et à tribord. Il veut savoir à qui il s'en remet, comment le bateau fera front aux tempêtes. De même, le prisonnier reconnaît sa cellule, univers étriqué et qui, pourtant, porte la marque des autres malheureux, qui, centimètre par centimètre l'ont parcourue, inscrivant leurs espoirs, leur amertume. Nous avons évoqué deux lieux clos, comme la ville classique protégée par une enceinte et contenue dans des limites déterminées. L'essentiel n'est pas, en l'occurrence, d'être protégé, mais d'avoir la possibilité de reconnaître un espace clôturé, sans s'égayer en tous sens.”

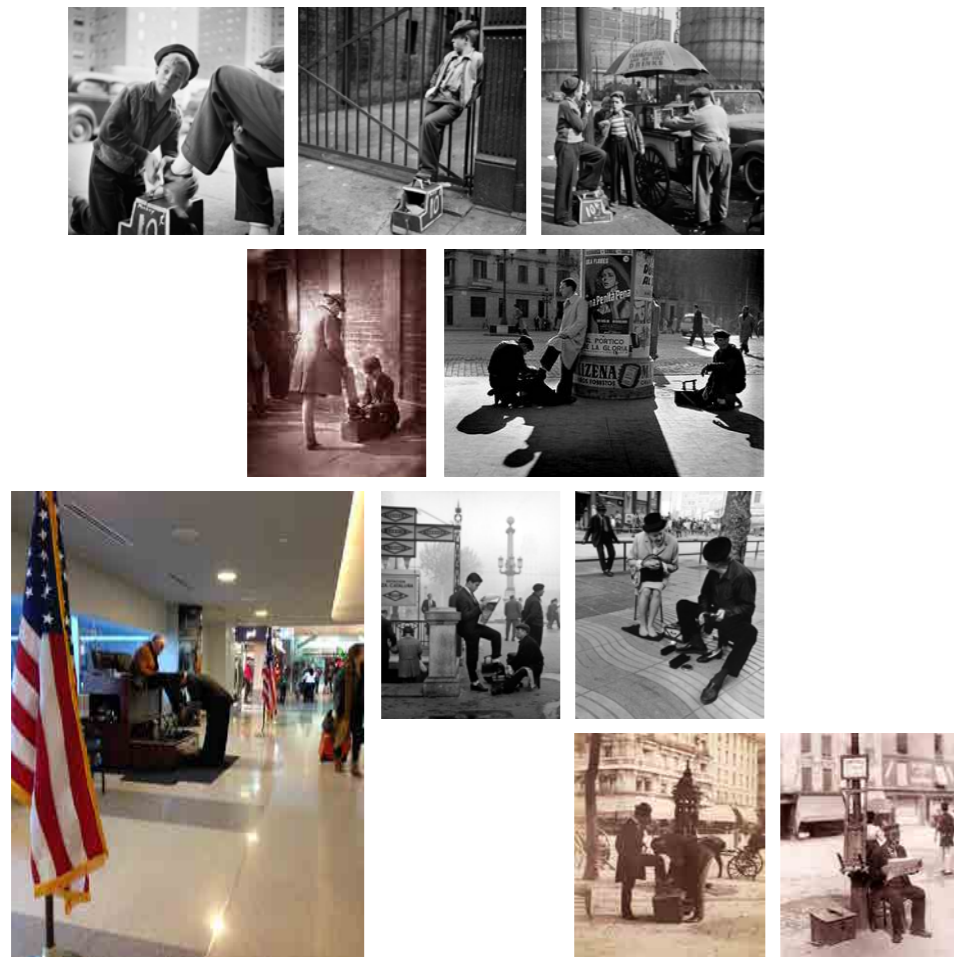
**26** Contra la possibilitat que la dualitat *lineal* vs *cíclic* relativa als ritmes i al temps fos diferent al paisatge urbà que al natural, Buck-Morss (1989) rescata els arguments de Darwin sobre la irreversibilitat del pas del temps natural, el que permet recolzar la hipòtesi del paisatge urbà com a escenari amb inèrcia i moviment propis:

“Dentro de un concepto de historia, el tiempo indica el cambio social y el carácter único e irreversible de los acontecimientos humanos. Tradicionalmente, se ha subrayado este significado en oposición a la “naturaleza”, en la que el tiempo refiere al cambio sólo en el sentido de una repetición cíclica. Sin embargo, la teoría de la evolución de Charles Darwin cuestionó esta oposición binaria, al argumentar que la naturaleza misma tenía un curso histórico único y no repetitivo.”

**27** Mentre que s'ha vist que Sansot defensava que com més arran de terra millor comprensió de l'*streetscape* es podia tenir –com més menut i baixet sigui l'usuari, més a prop se'n sentirà-, Lefebvre (1992) allunyava el problema traslladant-lo en un altre pla: defensava com era des de la finestra que s'adquiria prou perspectiva per prendre consciència sobre el que passava al carrer:

“La ventana sobre la calle no es un lugar mental, de donde la mirada interior encadenaría perspectivas abstractas; lugar práctico, privado y concreto, la ventana ofrece vistas que son más que espectáculos; se trata de perspectivas mentalmente prolongadas, de tal manera que e la implicación en el espectáculo entraña la explicación de dicho espectáculo. La familiaridad se conserva, desaparece y renace, con la cotidianidad del interior y la del exterior. Opacidad y horizontes, obstáculos y perspectivas se implican ya que se complican, se imbrican hasta dejar entrever o adivinar lo desconocido, la ciudad gigante, Con sus espacios diversos afectados de diversos tiempos: los ritmos.

(...) El observador en la ventana sabe que toma como primera referencia, su tiempo, pero que dicha primera impresión se desplaza para comprender los ritmos más diversos, a condición de que permanezcan a escala. “



**IMG 4.9: Permanència de les activitats més enllà de l'escenari.** Stanley Kubrick, *Shoe-shine boys in New York*, 1945-1950 per Look Magazine, John Thomson, *The Independent Shoe-Black*, 1877, publicada a "Street Life in London"; Francesc Català-Roca; Eugeni Forcano, *Lectura compartida*, 1961 i *A sus pies señora*, 1968; Eugène Atget, *Décroteur* i *Commissionaire*, 1900; enllustrador a l'aeroport JFK de Nova York, novembre 2013.

Fonts: [http://www.americansuburbx.com/2015/02/stanley-kubricks-photographs-of-1940s-nyc.html?fb\\_ref=8a89fa6e3edd492dac7c465582d57cd4-Twitter](http://www.americansuburbx.com/2015/02/stanley-kubricks-photographs-of-1940s-nyc.html?fb_ref=8a89fa6e3edd492dac7c465582d57cd4-Twitter), consulta juliol 2015; [http://www.nationalgalleries.org/collection/artists-a-z/T/6397/artist\\_name/John%20Thomson/record\\_id/5740](http://www.nationalgalleries.org/collection/artists-a-z/T/6397/artist_name/John%20Thomson/record_id/5740); [http://www.museoreinasofia.es/buscar?bundle=obra&f%5B0%5D=im\\_field\\_obra\\_autor%3A4474](http://www.museoreinasofia.es/buscar?bundle=obra&f%5B0%5D=im_field_obra_autor%3A4474); Arxiu fotogràfic de Barcelona, <http://arxiufotografic.bcn.cat/>; [http://www.moma.org/collection/artist.php?artist\\_id=229](http://www.moma.org/collection/artist.php?artist_id=229), consultes novembre 2013; fotografia de l'autora.

Els astres determinaven el calendari de les societats agrícoles; el repicar de les campanes va ser el primer signe a marcar el pas del temps a les ciutats; de manera anònima per estesa, el comerç i l'activitat contemporanis són el rellotge que explica els ritmes urbans. La càrrega i descàrrega de productes frescos a mercats i supermercats a primeres hores del matí; el desplegat de les terrasses de bars i cafeteries, l'aixecar les persianes i encendre els llums, la música que acompanya l'obertura dels establiments, les olors de les cuines dels restaurants, els primers vianants carregats amb bosses: són signes sensibles als sentits que fan prendre consciència del temps quan es camina el carrer. Als carrers sense activitat en planta baixa hi arriben igualment, encara que descompassats, els signes de les hores del comerç: els vianants carregats de bosses s'hi perden, les olors dels cafès i les converses de la gent a les terrasses properes, hi ressonen de fons.

A Sant Antoni se sumen el comerç al carrer, a les voreres, dins el mercat i a les botigues en les plantes baixes properes: constitueixen cadències diferents superposades que concentren en un mateix espai físic diferents ritmes cíclics. Però tot i la vibració generada per la multiplicitat de velocitats creuades, el pampallugueig constant i la vivesa que transmet l'escenari, la normativa bàsica que en regula els establiments no ha canviat la seva essència: el que hi passa continua immòbil des que es van construir els primers mercats, en una contraposició absoluta a l'efimereïtat dels productes que ofereixen, a la poca durada d'un fresc que arriba abans que el mercat obri i que no hi romandrà més d'uns dies.

Les façanes de l'edifici d'habitatges que va allotjar *El Siglo* van començar sobreposant als balcons dels pisos tribunes que donaven majestuositat a la façana; van continuar afegint tendals retolats amb el nom del comerç a les obertures de la planta baixa; van superposar un rellotge al seu frontispici –com el campanar de les esglésies, o el rellotge als ajuntaments- per tenir una excusa per fer-se mirar i vindicar-se com a agents en la mesura del pas del temps. Quan van tenir els tres edificis amb façana a La Rambla, van refer-ne la planta baixa amb un revestiment llis i hi van sobreposar vitrines que envaïen la vorera; a Bonsuccés i a Xuclà, van presentar-s'hi amb obertures altes, majestuosos, com per un carrer d'una altra escala, com les que haguessin volgut fer a La Rambla. Dins, els patis eren els únics punts amb llum natural que ajudaven a orientar-se a l'espai i permetien unes visuals creuades que s'imposaven sobre uns espais de sostres baixos entre mostradors i productes bigarrats. Els dependents s'esperaven a peu d'escala i de taulells, interpel·lant i orientant als compradors,

ajudant-los a trobar els objectes que des de la seva última visita havien canviat de lloc, induint-los a mirar i a buscar. Canvis a l'interior i arrugues sobreposades a la pell exterior, tot poc a poc, mica a mica, conduint el ritme a la ciutat.

A l'interior de les botigues, música, perfum, llum artificial i climatització, determinen una atmosfera independent de les condicions d'un exterior que, al mateix temps que deformen i es fan a mida, intenten conquerir i transformar: l'espai del llindar es dilata i es contrau, es cargola, la botiga es mostra, la separació entre dins i fora tracta de fer-se invisible. A la Rambla de Catalunya les terrasses desdibuixen la simetria del carrer i els aparadors es mostren a les visuals llunyanes dels passejants de la rambla central al mateix temps que a la mirada acurada i pròxima dels vianants de les voreres laterals. A dies, els llums s'apaguen, la música deixa de sonar, les persianes baixen i fan desaparèixer els llindars. De nit, les terrasses es pleguen i s'encenen uns altres llums, els que ajuden a fer memòria, els que fan de testimoni de que el local encara hi és, que només descansa. Les arrugues i berrugues marquen el ritme quotidià, dia-nit, laborable-fesitu, *on-(pause)-off*. I a aquest palpitar s'hi superposa al mateix temps una altra velocitat: els canvis d'aparadors, la substitució d'uns locals per uns altres, la lluita pel posicionament geoestratègic que afegeixen un segon ritme més dilatada, descompassada amb el primer, més visible però alhora més imperceptible en les vibracions que provoca.

La petjada que desplega el comerç arran de terra, converteix la ciutat en *cinètica* –perquè està constituïda per elements també en moviment (Mehrotra, 2005)-, la fa *visible* als sentits, fa *variada* la ciutat tradicional que Koolhaas (1997) oposa a la *ciutat genèrica* -on els aeroports, els hotels, els centres comercials o els parcs temàtics són els llocs on es concentren el capital i l'activitat, que és incapaç de generar qualsevol sentiment cívic, que s'allunya de la diferència i persegueix les similituds perquè en la repetició,<sup>28</sup> convertida en fet inusual, hi troba l'estímul, i renuncia a la identitat que donen la forma física, la història i el context-. És una ciutat visible, de memòria i records, d'espais físics concrets contraposats als llocs geogràfics -on el comerç i les relacions depenen d'ordinadors, telèfons i targetes de crèdit, i on la particularitat indiscriminada i el lligam amb el lloc prevalen encara sobre la universalitat (Sorkin,1992)-; són espais contraposats també als enclavaments artificials inventats –projectats exclusivament per a l'oci, la restauració i el consum (Banerjee, 2001; Mehta, Bosson, 2010)-.

<sup>28</sup> En el *sempre-el-mateix* de Benjamin (Buck-Morss, 1989), la constatació estàtica provocada a partir de la repetició continuada de la novetat.

És l'escenari concret, el dels racons i les cantonades, el dels plecs en façana i els llindars arran de terra, és el lloc on es fan evidents les hores i el pas del temps.

En aquesta ciutat visible de superposicions, barreges i simultaneïtats, el comerç en planta baixa continua sent el lloc d'intercanvi i de trobada entre coneguts i estranys. Damunt el teixit consolidat, els canvis ordinaris, les addicions i les sostraccions, els plecs i les arrugues, són canvis físics i perceptibles que alhora interpel·len als sentits dels passejants, que busquen consolidar-se en el seu record, que lluiten per passar a formar part de cada imaginari particular, que tracten de fer col·lidir entre si els vianants. La suma d'aquests canvis fa la ciutat viva, variada, vibrant: la fa ser percebuda i fa que aquesta percepció perduri en la memòria dels passejants, la converteix en un palimpsest de *streetscapes* individuals que entren en conflicte, i fa d'aquest conflicte la imatge col·lectiva i conscient de la ciutat.

Els habitants de les grans ciutats, abocats al contrast entre impressions presents i records passats, acostumats a la transformació constant d'un mateix paisatge que canvia de ritme i fesomia i els envia impulsos contradictoris, reaccionen davant la fluïdesa i els contrastos de l'entorn avantposant la raó als sentiments per no trobar-se desarrelats (Simmel,1903). La raó és l'eina per combatre l'angoixa i el desassossec davant les transformacions contínues, és a la ciutat que s'és conscient que el temps passa, i és per causa de les activitats, per causa d'aquest seu moviment constant, que es pot entendre aquest moviment endavant. Els habitants de la ciutat visible són passejants racionals i savis,<sup>29</sup> adaptats a la suma de canvis i conscients d'un paisatge de carrer que els garanteix la sorpresa i que, de manera silenciosa, els marca el pas del temps, el propi envelliment.

A través de l'evidència del moviment de les activitats arran de terra, de la superposició de transformacions de formes de comerç traduïdes en una rugositat de façana que permet recolzar-se, seure i esperar, els *llocs* del comerç, els que posen en relació individus i temps, fan conscients als primers -mentre són a les plantes baixes que desfan la frontera entre dins i fora, entre la cota zero i el més amunt i el més avall-, del pols de la ciutat.

<sup>29</sup> Per Giner (2005) la personalitat de les ciutats antigues europees els ve donada pel pes de la seva història, que a més, es tradueix en la saviesa dels seus habitants.





**IMG 4.10:** Fotografies de Melvin Sokolsky per a la col·lecció *Bubble* per la primavera de 1963 del Harper's Bazar de Nova York. No hi ha manipulació digital de les imatges: la model Simone D'Aillencourt sura sobre els carrers de París dins una bombolla de *plexiglass*, penjada des d'una grua amb fils invisibles. Una vitrina que no toca les voreres, que concentra l'atenció dels vianants i els canvia el punt de vista i l'escenari urbà visible: l'aparador els fa mirar més enllà d'arran de terra.

Font: <http://www.sokolsky.com/#/classics/paris-1963/>, consulta maig 2013.



## **BIBLIOGRAFIA**

**Llibres i capítols de llibre:**

Alexander, C., Neis, H., Anninou, A., King, I. (1987), *A New Theory of Urban Design*, Oxford: OUP.

Alexander, C. (1979), *The Timeless Way of Building*, Oxford: OUP.

Alexander, C. (1977), *A Pattern Language. Towns, Buildings, Construction*, Oxford: OUP.

Anderson, S. (1978), *On Streets*. Cambridge, MA: MIT Press.

Appleyard, D., Lynch, K., Myer, J.R., (1964), *The View from the Road*, Cambridge, MA: MIT Press.

Appleyard, D. (1981). *Livable Streets*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press.

Augé, M. (1995), *Non-Places: Introduction to an Anthropology of Supermodernity*, London and NY: Verso.

Bailo Esteve, M. (2012), *Contra la indiferència. Catalitzadors de la urbanitat*. Barcelona: tesi doctoral UPC.

Bauman, Z.(1998), *Work, consumerism and the new poor*, Buckingham: Open University Press.

Benedetta, M. (1936), *The street markets of London*, London: J. Miles Ltd.

Benjamin, W., (1938), "El París del Segundo Imperio en Baudelaire" a *El Paris de Baudelaire*. Buenos Aires: Eterna Cadencia, 2012.

Bergson, H. (1911), "La perception du changement" a *La pensée et le mouvant: essais et conférences*, Paris: Presses Universitaires de France, 1934.

Bois, G., (1989), *La revolución del año mil*, Barcelona: Crítica, 1991.

Boudon, F., Blécon, J., (1975), *Tissu urbain et architecture. L'analyse parcellaire comme base de l'histoire architecturale*, Paris: Annales. Économies, sociétés, civilisations.

Bronner, S. J., (1989), *Consuming visions: accumulation and display of goods in America, 1880-1920*, New York : Norton.

Buck-Morss, S, (1989), *Dialéctica de la mirada. Walter Benjamin y el proyecto de los Pasajes*, Madrid: Visor, 1995.

Busquets, J. (2003), *La ciutat vella de Barcelona: un passat amb futur*, Barcelona: LUB, UPC i Ajuntament de Barcelona.

Busquets, J. (1992: 2004), *Barcelona. La construcción urbanística de una ciudad compacta*, Barcelona: Funcaión Mapfre, Ediciones del Serbal.

Carreras, C., (2003), *Atles comercial de Barcelona*, Barcelona: Ajuntament de Barcelona, Cambra Oficial de Comerç, Indústria i Navegació de Barcelona, Universitat de Barcelona.

Cerasi, M., (1988), *La città del Levante. Civiltà urbana e architettura sotto gli Ottomani nei secoli XVIII-XIX*, Milano: Jaca Book.

Cerdà, I., (1859), *Teoría de la Construcción de Ciudades*. Barcelona: Ministerio de Administraciones Públicas y el Ayuntamiento de Barcelona, 1991.

- Chadwick, G. F. (1961), *The works of Sir Joseph Paxton*, London: The Architectural Press.
- Chase, J., Crawford, M., Kaliski, J. (1999), *Everyday urbanism*, New York: Monacelli Press.
- Chermayeff, S. (1961), 'Shape of privacy', a Plunz, R. (ed.), *Design and the public good: Selected writings Serge Chermayeff*, Cambridge, MA: MIT Press.
- Choay, F. (1969) 'Espacements: essai sur l'evolution de l'espace urbain', privately published, citat a Ellis, W.C. (1978) 'The Spatial Structure of Street' a Anderson, S. (ed.), *On Streets*, Cambridge, MA: MIT Press.
- Chung, C.J., Inaba, J., Koolhaas, R., Leong, S.T., (2001), *The Harvard Design School Guide to Shopping / Harvard Design School Project on the City 2*. New York: Taschen.
- Clément, G. (2004), *Manifiesto del tercer paisaje*, trad. Maurici Pla, Barcelona: GG, 2007.
- Clément, G. (2007), *Le Jardin en mouvement : de la vallée au champ via le parc André-Citroën et le jardin planétaire*, Paris: Sens et Tonka.
- Cohen, J.L. (2007), "Usine ou paysage? La rue des modernes", a Ascher, F., Apel-Müller, M., *La rue esta à nous tous!*, Vauvert: Au diable Vauvert.
- Cohen, J.L. (2004), "Corner Adventures: Some Figures of the Cuneiform Space", a *Cities, Corners*, Barcelona: Lunwerg.
- Crawford, M. (1992), "The world in a shopping mall", a Sorkin, M. ed., *Variations on a Theme Park: The New American City and the End of Public Space*, New York: Noonday Press.
- Crosas, C., (2013), "Visions des de la vorera", a *Barcelona Enllaços*, Barcelona: LUB.
- Cullen, G., (1961), *El paisaje urbano: Tratado de estética urbanística*. Barcelona: Blume, 1981.
- De Certeau, M. (1992), 'Walking in the City', a Doring, S. ed., *The Cultural Studies Reader*, London: Routledge.
- De Certeau, M. (1996), *La invención de lo cotidiano*, Mexico: Universidad iberoamericana.
- De Solà Morales, M. (1984), 'Proemio', a Unwin, R., *La práctica del Urbanismo. Una introducción al arte de proyectar ciudades y barrios*, Barcelona: GG.
- De Solà Morales, M. (1992), "Espacios públicos/espacios colectivos", a *De cosas urbanas*, Barcelona: GG 2008.
- De Solà-Morales, M. (1999), 'Aire, Agua, Fuego, Tierra', a SABATÉ, J., *El proyecto de la calle sin nombre: los reglamentos urbanos de la edificación*, Barcelona: Fundación Caja de Arquitectos.
- De Solà-Morales, M. (2004), *Ciutats, cantonades. Villes, carrefours*. Barcelona: Lunwerg.
- De Solà-Morales, M. (2005) 'Para una urbanidad material' a *De cosas urbanas*, Barcelona: GG.
- De Solà-Morales, M. (2008), *Deu lliçons sobre Barcelona*, Barcelona: COAC.
- De Solà-Morales, M. (2010), *Cerdà/Ensanche*, Barcelona: Edicions UPC.
- García Bellido, J. (1985), *Urbanística de las grandes ciudades del mundo antiguo*, Madrid: CSIC.
- Geist, J. F. (1982), *Le Passage. Un type architectural du XIXe siècle*, Paris: Pierre Mardaga éditeur.
- Eleb, M., Depaule, J-C. (2005), *Paris société de cafés*, Paris: les éditions de l'imprimeur.
- Ellis, W.C. (1978) 'The Spatial Structure of Street' a Anderson, S. (ed.), *On Streets*, Cambridge, MA: MIT Press.
- Gehl, J. (1981:1987), *Life Between Buildings*, New York: Van Nostrand-Reinhold
- Guàrdia, M., Oyón, J. L. (2008), *La formació del modern sistema de mercats de Barcelona (1874-1921)*, Barcelona: Quaderns del Seminari d'Història de Barcelona, Arxiu Històric de la Ciutat, Institut de Cultura, Ajuntament de Barcelona.
- Habraken, N. J., (1985:1988), *The Appearance of the Form*, Cambridge: Awater Press.
- Habraken, N.J. (1998), *The structure of the ordinary. Form and control in the buit environment*, Cambridge: MIT Press.
- Hall, E.T. (1966), *The Hidden Dimension*, Garden City, NY: Doubleday.
- Ibelings, H., (2004), "Architecture of the Corner and the Corner in Architecture", a De Solà-Morales, M. (2004), *Ciutats, cantonades. Villes, carrefours*. Barcelona: Lunwerg.
- Jacobs, J. (1961), *Death and Life of Great American Cities*, New York: Random House.
- Jullien, F. (2009), *Las transformaciones silenciosas*, Barcelona: Edicions Bellaterra 2010.
- Lang, J. (1987), *Creating architectural theory: The role of the behavioral sciences in environmental design*, New York: Van Nostrand Reinhold.
- Le Goff, J. (1969), *Mercaderes y banqueros de la Edad Media*, Madrid: Alianza editorial, 2010.
- Le Goff, J. (2004), *Un long Moyen Âge*, Paris: Tallandier.
- Leach, W. (1989), "Strategists of display and the production of Desire" a *Consuming Visions: accumulation and display of goods in America 1880-1920*, New York: Norton
- Lefebvre, H. (1947), *The Critique of Everyday Life*, Vol. I, London: Verso, 1991.
- Lefebvre, H. (1959), *Introduction to Modernity: Twelve Preludes*, September 1959-May 1961, London: Verso, 1995.
- Lefebvre, H. (1971), *Everyday life in the modern world*, New York: Harper and Row.
- Lefebvre, H. (1974), *La producción del espacio*, Barcelona: Anthropos.
- Lefebvre, H. (1992), "Visto desde la ventana", traducció de *Éléments de rythmanalyse* a Martin, A. ed. (2014), *La calle en 30 autores contemporáneos y un pionero*, Barcelona: edicions UPC.
- Leroi-Gourhan, A. (1964), *Le geste et la parole II. La mémoire et les rythmes*, Paris: Albin Michel.
- Lichtenstein, C., Schregenberger, T. ed. (2001), *As found. The discovery of the ordinary*, Zurich: Lars Müller Publishers and Zurich Museum, Baden.
- Loukaitou-Sideris, A., Ehrenfeucht, R. (2009), *Sidewalks : conflict and negotiation over public space*, Cambridge, MA: MIT Press.
- Lynch, K. (1960), *The Image of the City*, Cambridge, MA: MIT Press.
- Lynch, K. (1972), *What time is this place?*, Cambridge, MA: MIT.

- Madanipour, A. (2003), *Public and Private Spaces of the City*, London: Routledge.
- Mangin, D. (2004), *Infrastructures et formes de la ville contemporaine. La ville franchisée*, Paris: Cerema.
- Martin, A. ed. (2014), *La calle en 30 autores contemporáneos y un pionero*, Barcelona: edicions UPC.
- Mehrotra, R., (2005), *Everyday urbanism : Margaret Crawford vs. Michael Speaks*, Ann Arbor, Michigan: University of Michigan, A. Alfred Taubman College of Architecture, New York: Distributed Arts Press.
- Mehta, V. (2013), *The street: A Quintessential Social Public Space*, New York: Routledge.
- Miller, M.M, (2010), 'Les Reines dels Mercats: cultura municipal i gènere al sector del comerç al detall d'aliments de Barcelona', a Guàrdia, M., Oyón, J.L., *Fer ciutat a través dels mercats. Europa, segles XIX i XX*, Barcelona: Ajuntament de Barcelona.
- Oldenburg, R. (1991), *The great good place: Cafes, coffee shops, bookstores, bars, hair salons, and other hangouts at the heart of a community*, New York: Marlowe.
- Pannerai, P., Mangin, D. (1999), "Las calles corrientes", extracte de text de *Proyectar la ciudad*, Martin, A. ed. (2014), *La calle en 30 autores contemporáneos y un pionero*, Barcelona: edicions UPC.
- Paquet, L. B. (2003), *Urge to Splurge : A Social History of Shopping*, Toronto: ECW Press.
- Parcerisa, J. (2009), "Carrers moderns: la història continua", a *La agenda Cerdà. Construyendo la Barcelona metropolitana*, Barcelona: Lunweg.
- Pevsner, N. (1976), *Historia de las tipologías arquitectónicas*, Barcelona: GG, 1984.
- Pirenne, H. (1956), *Medieval Cities: Their Origins and the Revival of Trade*, Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Plunz, R. ed. (1983), *Design and the public good: Selected writings 1930-1980 by Serge Chermayeff*, Cambirdge: MIT Press.
- Poëte, M. (1929), *Introducción al urbanismo. La evolución de las ciudades: la lección de la Antigüedad*, Barcelona: Arquia, 2012.
- Rasmussen, S. (1959), *Experiencing Architecture*, Cambridge, MA: MIT Press.
- Rubert, M. (2006), *Places porxades a Catalunya*, Barcelona: edicions UPC.
- Ryckwert, J. (1978) 'The Street: The Use of its History' a Anderson, S. (ed.), *On Streets*, Cambridge: MIT Press.
- Sansot, P. (1973), *Poétique de la ville*, Paris: Klincksieck.
- Satué, E., Brossa, J., Serrahima, C. (1984), *Un Museu al carrer: lletres, imatges i tècniques dels rètols comercials a Catalunya*, Barcelona: Diputació de Barcelona.
- Satué, E. (2001), *El paisaje comercial de la ciudad*, Barcelona: Paidós Ibérica; Ajuntament de Barcelona
- Scheerlinck, K. (2010), *Depth Configurations. Proximity, Permeability and Territorial Boundaries in Urban Projects*. Barcelona: tesi doctoral URL.
- Scott Brown, D., Venturi, R., Izenour, S. (1972), *Learning from Las Vegas*, Cambridge, MA: MIT Press.
- Sennet, R. (1970), *The uses of disorder: personal identity and city life*, New York: Knopf.
- Sennett, R. (1996), *Carne y piedra*, Madrid: Alianza editorial 1997.
- Sennett, R., (2001) 'Capitalism and the city', a *Cities for the New Millenium*, New York: Spon Press.
- Sewell, J. (2011), *Women and the Everyday City: Public Space in San Francisco, 1890-1915*, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Simmel, G. (1903), "The Metropolis and Mental Life", a Bridge, G., i Watson, S. (eds.), *The Blackwell City Reader*, Oxford and Malden: Wiley-Blackwell, 2002.
- Sitte, C. (1889), *Construcción de ciudades según principios artísticos*, Barcelona: GG, 1980.
- Smithson, A., Smithson, P. (1960) "Fix: permanence and transience", a *Architectural Review* vol. 127-128 i recollit a *Ordinariness and Light. Urban theories 1952-1960 and their application in a building project 1963-1970* (1990), Cambridge, MA: MIT Press.
- Smithson, A., Smithson, P. (1990), *Ordinariness and Light. Urban theories 1952-1960 and their application in a building project 1963-1970* (1990), Cambridge, MA: MIT Press.
- Smithson, A., Smithson, P. (1990), 'The "as found" and the "found"', a Walker, E. ed. (2001), *Lo ordinario*, Barcelona: GG.
- Soja, E. (1996), *Thirdspace: Journeys to Los Angeles and other real and imagined places*, Oxford: Basil Blackwell.
- Sorkin, M. ed. (1992), *Variations on a Theme Park: The New American City and the End of Public Space*, New York: Noonday Press.
- Sorkin, M., (2011), 'The Great Mall of New York', a *All Over the Map. Writings on Buildings and Cities*, Brooklyn and London: Verso.
- Stobart, J. (2008), *Spend, spend, spend! A History of Shopping*, London: History Press Limited.
- Stone, G. (1954), 'City shoppers and urban identification: observations on the social psychology of city life', *American Journal of Sociology*, 60 (1), 36-45.
- Tiedemann, R. (1982), *Libro de los Pasajes. Walter Benjamin*, Madrid: Akal, 2005.
- Torres, E. (2005), *Luz cenital*, Barcelona: COAC.
- Unwin, R., (Londres 1909, 1984), *La práctica del Urbanismo. Una introducción al arte de proyectar ciudades y barrios*, Joaquim Sabaté (trad.), Barcelona: GG.
- Venturi, R., Izenour, S., Scott Brown, D. (1972), *Learning from Las Vegas*, Cambridge, MA: MIT Press.
- Vidler, A. (1978), "The Scenes of Street and Other Essays", a Anderson, S. ed., *On Streets*, Cambridge, MA: MIT Press.
- Walker, E. ed. (2001), *Lo ordinario*, Barcelona: GG.
- Wall, A. (2005), *Victor Gruen. From Urban Shop to New City*, Barcelona: Actar.
- Welch, E. (2009), *De compras en el Renacimiento*, Valencia: Universitat de Valencia; Servei de Publicacions.
- Wojtowicz, R. ed. (1998), *Sidewalk critic. Lewis Mumford's writings on New York*, Princeton, NJ: PAP.
- Zardini, M. (2003), *Il carattere della città*, Milano: Electa.

**Articles en revista, premsa i ponències:**

Banerjee, T., Giuliano, G., Hise, G., Sloane, D. (1996) 'Invented and Re-invented Streets: Designing the New Shopping Experience', *Luck Review* 2 (1): 18-30.

Banerjee, T. (2001), 'The Future of Public Space Beyond Invented Streets and Reinvented Places', *Journal of the American Planning Association*, Volume 67, Issue 1, 9-24.

Bloch, P., Ridgway, N., and Sherrel, D. (1989). 'Extending the concept of Shopping: an investigation in Browsing activity'. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 17, 13-21.

Bluestone, D. M. (1991), "The pushcart evil". Peddlers, Merchants and New York City Streets, 1890-1940', *Journal of Urban History*, 18 (1): 68.

Boone, L. E., Kurtz, D. L., Johnson, J. C., Bonno, J. A. (1974), ""City Shoppers and Urban Identification" Revisited." *Journal of Marketing*, 38(3):67.

Borja, J., (2014), "Comercio, ciudad y cultura. O como el urbanismo especulativo degrada la ciudad y empobrece a la ciudadanía" a [http://ciudad.blogs.uoc.edu/post/86204406685/comercio-ciudad-y-cultura?utm\\_content=bufferda60f&utm\\_medium=social&utm\\_source=twitter.com&utm\\_campaign=buffer](http://ciudad.blogs.uoc.edu/post/86204406685/comercio-ciudad-y-cultura?utm_content=bufferda60f&utm_medium=social&utm_source=twitter.com&utm_campaign=buffer), consulta abril 2014.

Carr, S., Lynch, K. (1968), "Where Learning Happens", *Journal of Architectural Education* (1947-1974), Vol. 10, No. 1, *Panel Discussions of the Annual Meeting in Cambridge*, Massachusetts, June 12 & 13, 1954 (Spring, 1955), pp. 31-33, <http://www.jstor.org/stable/1423773>, consulta novembre 2013.

De Solà-Morales, M. (2010), "¿Calles rectas, calles curvas?", al suplement *Culturas de La Vanguardia* del 6 d'abril de 2010.

Débord, G., (1957), "Rapport sur la construction des situations", *Inter : art actuel*, numéro 44, supplément, été 1989, p. 1-11, <http://www.erudit.org/culture/inter1068986/inter1102296/46876ac.html?vue=resume>.

Dillon, G.L. (2004), "Montage/Critique: Another Way of Writing Social History", *PostModernCulture*, 14.2, <http://faculty.washington.edu/dillon/rhethtml/crrmontage/>, consulta desembre 2013.

Garcia Espuche, A., Guàrdia i Bassols, M. (1989), 'Canvis i permanències de l'herència espacial medieval: de la ciutat de la Ribera a la ciutat de la Rambla', a AAVV, *Historia Urbana del Pla de Barcelona. Actes del II Congrés d'Història del Pla de Barcelona* celebrat a l'IMH els dies 6 i 7 de desembre de 1985, Barcelona: Institut Municipal d'Història i Ajuntament de Barcelona.

Giner, S. (2005), 'El porvenir del pasado: las ciudades históricas en la encrucijada', ponència a la *I conferència Europea Ciudad y Cultura*, Córdoba.

Goss, J. (2004), "The "Magic of the Mall": An Analysis of Form, Function, and Meaning in the Contemporary Retail Built Environment", *Annals of the Association of American Geographers*, Vol. 83, No. 1. (Mar., 1993), pp. 18-47, <http://links.jstor.org/sici?sici=0004-5608%28199303%2983%3A1%3C18%3AT%22OTMA%3E2.0.CO%3B2-7>, consulta novembre 2013.

Guàrdia, M., Oyón, J. L. (2007), "Los mercados públicos en la ciudad contemporánea. el caso de Barcelona", *Biblio 3W* núm. 744.

Kepes, G., (1961), "Notes on Expression and Communication in the Cityscape", *Daedalus*, Vol. 90, No. 1, *The Future Metropolis* (Winter, 1961), pp. 147-165, <http://www.jstor.org/stable/20026645>, consulta novembre 2013.

Koolhaas, R. (1997), 'The Generic City', *Domus*, 791.

Lemoine, B. (1980), *Les Halles de Paris. L'histoire d'un lieu, les péripéties d'un reconstruction, la sucesion des projets, l'architecture des monuments, l'enjeu d'une "Cité"*, citat a Guàrdia, M., Oyón, J. L. (2007), "Los mercados públicos en la ciudad contemporánea. el caso de Barcelona", *Biblio 3W* núm. 744.

Lenzholzer, S. (2008), 'A city is not a building – architectural concepts for public square design in Dutch urban climate contexts', *Journal of Landscape Architecture*, Volume 3, Issue 1.

Lynch, K. (1954), "A New Look at Civic Design", *Journal of Architectural Education* (1947-1974), Vol. 10, No. 1, *Panel Discussions of the Annual Meeting in Cambridge, Massachusetts*, June 12 & 13, 1954 (Spring, 1955), pp. 31-33, <http://www.jstor.org/stable/1423773> consulta novembre 2013.

Lynch, K. (1961), "The Pattern of the Metropolis", *Daedalus*, Vol. 90, No. 1, *The Future Metropolis* (Winter, 1961), pp. 79-98 Cambridge, MA: MIT Press.

Marí, A. (2006), "La ciutat : una idea d'infinites possibilitats", *Quaderns d'arquitectura i urbanisme* n. 255, Barcelona: COAC.

Mehta, V., Bosson, J. K. (2010), 'Third Places and the Social Life of Streets', *Environment and Behavior*, 42: 779.

Monteys, X. (2013), "Vorereres" a *El País*, [http://ccaa.elpais.com/ccaa/2013/09/29/quadern/1380478703\\_670839.html](http://ccaa.elpais.com/ccaa/2013/09/29/quadern/1380478703_670839.html), consulta octubre 2013.

Nuvolati, G. (2009), "Le flâneur dans l'espace Urbain", *Géographie et cultures*, 70/2009, pp. 7-20, <http://gc.revues.org/2167>, consulta gener 2014.

Rubert, M. (2013), "Les voreres dels Encants", a *El Periódico*.

Sansot, P. (2001), "Le flâneur ontologique", *Poïesis* n. 12 *La ville et le temps*, Paris: Éditions Poïesis.

Schor, J. (1995), "A New Analytic Basis For: An Economic Critique of Consumer Society", *The Newsletter of PEGS*, Vol. 5, No. 1 (WINTER 1995), pp. 1, 7-12, <http://www.jstor.org/stable/20710665>, consulta desembre 2013.

Schor, J. (2001), "Shopapalooza: the boom and busto f the retail economy", a *Is This Place Great or What*, catàleg de l'exposició homònima, New York, Cleveland: Aperutre i Cleveland Museum of Art.

Serrano, R. (2006), "Aspectos urbanos y arquitectónicos de los grandes almacenes de París: modernización del gran comercio urbano a partir de la primera mitad del siglo XIX", *Scripta Nova. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*. Barcelona: Universidad de Barcelona, 15 de abril de 2006, vol. X, núm. 211, <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-211.htm>, consulta gener 2011.

Sewell, J. (2003), 'Sidewalks and Store Windows as Political Landscapes', *Perspectives in Vernacular Architecture*, Vol. 9, 85-98.

Smets, M. (2014), "Contemporary urban passages", conference at the launch of project *Passages*, Barcelona: CCCB.

Vidler, A., "Aftermath: A City Transformed: Designing 'Defensible Space'", publicat a *The New York Times*, 23 Setembre de 2001.

Wall, A. (1997), "El cotxe i la ciutat: Victor Gruen a Amèrica, 1943-1962", *Quaderns d'arquitectura i Urbanisme* n.218, Barcelona: COAC.

**Normativa i ordenances municipals:**

1857/ Ordenanzas municipales de la ciudad de Barcelona.

1859/ Ordenanzas Municipales de Policía Urbana para la ciudad de Barcelona y pueblos comprendidos en su Ensanche.

1891/ Ordenanzas de Barcelona promulgadas como suplemento al Boletín Oficial de esta provincia.

1997/ Ordenança dels establiments de restauració, financers i comercials relacionats amb el turisme a Ciutat Vella, Ajuntament de Barcelona.

1999/ Ordenança dels usos del paisatge urbà de la ciutat de Barcelona, Ajuntament de Barcelona.

2007/ PENCAB, Pla especial de l'equipament comercial i els usos no alimentaris de Barcelona, Ajuntament de Barcelona.

2008/ Text refós de l'Ordenança Municipal de Mercats, Ajuntament de Barcelona.

2011/ PECAB, Pla especial d'equipament comercial alimentari de Barcelona. Ordenança d'establiments i centres de comerç alimentari de Barcelona, Ajuntament de Barcelona.

2011/ Recomendación sobre el paisaje urbano histórico, con inclusión de un glosario de definiciones, UNESCO.

2012/ Estudi dels hàbits de compra i fluxos d'atractivitat de les polaritats comercials a la ciutat de Barcelona, Ajuntament de Barcelona.

2013/ Pla especial d'establiments de concurrència pública, hoteleria i altres activitats a Ciutat Vella, Ajuntament de Barcelona.

2014/ Estudi de les activitats comercials de Barcelona. Estudi elaborat en base al cens d'activitats econòmiques realitzat entre el darrer trimestre de 2013 i el primer trimestre de 2014, Eixos, Planol.info, Ajuntament de Barcelona.

2014/ Nova Ordenança de Terrasses, Ajuntament de Barcelona.

**Els fragments de novel·la del primer capítol, s'han consultat en les següents edicions:**

Alfred Döblin (1928) / *Berlin Alexanderplatz*, Madrid: Cátedra (2008) / *Berlin Alexanderplatz: The Story of Franz Biberkopf*, New York: Continuum Impacts (2004)

Fernando Pessoa (1982) / *Libro del desasosiego*, Barcelona: Acontilado (2007) / *The Book of Disquiet*, London: Penguin Classics (2002)

Italo Calvino (1972) / *Las ciudades invisibles*, Madrid: Siruela (1998) / *Invisible Cities*, New York City: Vintage classics (1997)

James Joyce (1914) / *Dublineses*, Madrid: Alianza editorial (2011) / *Dubliners*, Dover: Dover Thrift Editions (1991)

Virgina Wolf (1933) / *Flush*, Barcelona: Destino (2003) / *Flush: A Biography*, Oxford: Oxford World's Classics (2009)

Josep Pla (1951) / *El carrer Estret*, Barcelona: Edicions 62 (2012) / *La calle estrecha*, Barcelona: Austral (2012)

Júlio Cortázar (1963) / *Rayuela*, Madrid: Cátedra (2008) / *Hopscotch: A novel*, New York: Pantheon Books (1987)

Nicolai Gogol (1835 - 1842) / *Historias de San Petersburgo*, Madrid: Alianza editorial (2004) / *Plays and Petersburg Tales*, Oxford: Oxford University Press (1999)

Patrick Modiano (2007) / *En el café de la juventud perdida*, Barcelona: Anagrama (2008) / *Dans le café de la jeunesse perdue*, Paris: éditions Gallimard (2007)

Ryszard Kaupscinski (1994) / *El Imperio*, Barcelona: Anagrama (2006) / *Imperium*, London: Granta Books (2007)

**L'imaginari de fotografies i pintures que obre i tanca la tesi a les guardes de la portada i al contraportada és obra dels següents autors:**

Paul McDonough (1941)

/1 (Two Men on Stand Pipes Watching Parade, 1975 ) / 152 (Three musicians, 1978)

Garry Winogrand (1928-1984)

/ 2 (New York City, 1968) / 3 (American Legion Convention, Dallas, Texas, 1964) / 4 (Self-portrait, 1969) / 10 (Los Angeles, 1969) / 11 (New York City, 1968) / 17 (New York, 1968) / 18 (New York, 1969) / 19 (Untitled, from the "Women are Beautiful", New York 1970) / 20 (Untitled, from the "Women are Beautiful", New York 1970)

Ralph Goings (1928)

/ 5 (Tiled Lunch Counter, 1981) / 6 (Diner, 1990) / 7 (Interior, 1972) / 8 (Empire Diner, Herkimer, 1992) / 9 (Katz's Delicatessen) / 14 (Tom's Diner, 1993) / 15 (Duke Diner, 1999) / 172 (Sabrett, 2002)

Gyorgy Kepes (1906-2001)

/ 12 (store window, Eastern Europe, 1930s)

Charles Meyron (1821-1868)

/ 13 (The Morgue at Paris-The last escene of a tragedy)

Francesc Català-Roca (1922-1998)

/ 16 (Sastreria al carrer Hospital, 1950) / 126 (Marquesina de la Gran Vía, Madrid, 1950s) / 127 (Marquesina de la Gran Vía, Madrid, 1950s) / 130 (Gran Vía, Madrid, 1950s) / 131 (Señoritas en la Gran Vía, Madrid, 1952) / 132 (Señoritas en la Gran Vía, Madrid, 1952) / 166 (Orxata)

T. Starnes

/ 22 (Wayside barber of Irak, 1920)

Robert Frank (1924)

/ 21 (Untitled, c.1950s-60s) / 29 (Drugstore, Detroit, 1955)

Jack Robinson (1928-1997)

/ 23 (Portraits of Canal Street, Chartres shoppers, 1950) / 33 (Portraits of Canal Street, Weekend states, 1950) / 34 (Portraits of Canal Street, Marion studio, 1950)

Berenice Abbott (1898-1991)

/ 24 (Columbus Circle, 1936) / 25 (Jacob Heymann Butcher Shop, 345 Sixth Av. New York, 1938) / 26 (Flam and Flam, 1938) / 35 (Station-service Sunoco, Trenton, New Jersey, 1954) / 36 (Bread going out of the Earth, New York, 1937) / 45 (Radio Row, 1936) / 46 (Automat, 1936) / 55 (Newsstand, 1935) / 56 (William Goldberg, 1937)

Nigel Henderson (1917-1985)

/ 27 (Bag-wash, London, 1949-53) / 37 (Newsagent, Bethnal Green, 1949-53) / 144 (Wig Stall, Petticoat Lane, 1952)

Jerome Liebling (1924-2011) <http://www.jeromeliebling.com>

/ 28 (Ideal Laundry?, 1946) / 57 (Men's Hat Shop, Jerusalem, 1979) / 79 (Woman and Shopping Cart, Brighton Beach, Brooklyn, New York, 1985) / 80 (People Waiting, Boston, MA, 1982) / 81 (Morning in Monessen, PA, 1983)

Luis Baylon (1958)

/ 30 / 31 / 32

August Sander (1876-1964)

/ 38 (Musiciens de rue, 1929)

Alfred Latour (1888-1964)

/ 39 (La vitrine du perruquier, ca. 1936)

Brian Ulrich (1971)

/ 40 (Unknown author, inclosa al treball Great Prosperity, Harris School Rummage Sale, Chicago, 1961) / 41 (Unknown author, inclosa al treball Great Prosperity, Antique Gun Traders, 1954) / 49 (Unknown author, inclosa al treball Great Prosperity, Scene After Sleet Storm, Chicago, 1965) / 50 (Unknown author, inclosa al treball Great Prosperity, Interior, Ford Ctiy Mall, Chicago,1966) / 51 (Unknown author, inclosa al treball Great Prosperity, Chicago Shoppers Battle Wind, 1964) / 159 (Granger, IN, 2003)

Gustave Caillebotte (1848-1894)

/ 42 (Paris Rainy Day,1876) / 43 (Shop Front Paintings, 1877)



L.S. Lowry (1887-1976)

/ 44 (Waiting For The Shops To Open, 1943)

Alvin Langdon (1882-1966)

/ 47 (Macy's, 1905)

John Atkinson Grimshaw (1836-1893)

/ 48 (Boar Lane, Leeds, 1881)

Blanc et Demilly: Théodore Blanc (1891–1985) i Antoine Demilly (1892–1964)

/ 52 (Le lèche vitrine, 1950)

Michael Walters

/ 54 (inside Brough's revamped Thurnscoe self-service store, near Barnsley, 1963)

Vivian Maier (1926-2009)

/ 58 (Chicago, circa 1961) / 59 (Untitled, 1953) / 60 (Untitled, Chicago, June 7, 1956) / 71 (Chicago, Woman with Pearls, 1967) / 72 (Chicago, 1963) / 82 (New York, March 1954)

Henri Grant

/ 53 (Two women window shop for shoes outside Dolcis, Oxford Street, 1970) / 61 (Window dressing in a fashion store, 1963) / 62 (A man browses a magazine stand outside a bookshop, 1955) / 64 (Supermarket, Highgate, 1963) / 65 (Rose Grant shops in a Premier Supermarket store, 1961) / 74 (Browsing a toy-shop window: 1955)

Edwin Smith

/ 63 (Underwear displayed in a shop Windows, Camden Town, 1938)

Hans Holbein (1497-1543)

/ 66 (Impremta de Johann Froben, 1523)

Mario Debáis

/70 (Jenny by store, 1950)

Jean-Phillippe Charbonnier (1921-2004)

/ 73 (Bettina, Paris, 1953)

Georges Bellows (1882-1925)

/ 77 (Cliff Dwellers, 1913) / 78 (New York, 1911)

Jean Moral (1906-1999)

/ 85 (Paris, 1930)

Helen Levitt (1913-2009)

/ 86 (Woman in Fur Coat, New York, ca. 1940) / 100 / 101 (Masks, New York, 1940) / 102 / 109 (New York, 1981) / 110 (New York, c.1940) / 120 (Children with frame, New York, ca. 1940) / 124 (New York, 1981) / 129

Laszlo Moholy-Nagy (1895-1946). Street Markets of London:

/ 87 (Petticoat Lane: In a side street. Some Arabian visitors at a second-hand clothes stall) / 88 (Petticoat Lane: Umbrella stall) / 89 (Petticoat Lane: "pick me out two soft roes", she says) / 90 (Covent Garden: Who said women were gossips?) / 91 (Petticoat Lane: "...The sound that only wet fish can make") / 92 (Petticoat Lane: The Spectacle Man) / 93 (Petticoat Lane: An engraver) / 94 (Petticoat Lane: Alf, the Purse King) / 104 (Petticoat Lane: The Glass MAn's burly auctioneer) / 105 (Petticoat Lane: General view) / 111 (Berwick MArket: General view) / 112 (Brixton: Another sort of Rabbit Man) / 113 (Petticoat Lane: Second-hand shoes) / 114 (Caledoninan market: "Go down with an empty larder...") / 115 (Petticoat Lane: The man's "store")

Walker Evans (1903-1975)

/ 95 (Lunchroom Window New York City, 1929) / 96 (City Lunch Counter, 1929) / 97 (License Photo Studio, 1934) / 98 (New Orleans Downtown Street, 1935) / 99 (Havana, 1933)

Henri Cartier-Bresson (1908-2004)

/ 103

Martin Lewis (1881-1962)

/ 106 (Quarter of Nine, Saturday's Children, 1929) / 107 (Shadow Dance, 1930) / 108 (Spring Night, Greenwich Village, 1930) / 116 (Corner Shadows, 1930) / 117 (Chance Meeting, 1940-41) / 118 (Night in New York, 1926) / 119 (Relics Speakeasy Corner, 1928)

Oriol Maspons (1928-2013)

/ 122 (La Mancha, Spain 1961)

Isaac Israëls (1865-1934)

/ 123 (Shop Window, ca. 1894-98)

Fred Herzog (1930)

/ 125 (Winner Cafe Portland, 1959) / 133 (Bogners Grocery, 1960) / 134 (Black Man Pender, 1958) / 135 (Paris Café, 1959) / 146 (New World confectionary, 1965) / 147 / 155 (Rene's, 1964) / 156 (Bargain Shop, 1962)

Louis Faurer (1916-2001)

/ 128 (Rat Race, 1949) / 136 (Philadelphia, PA, 1949) / 137 (Times Square, New York, 1949) / 138 (Market Street, Philadelphia, 1937) / 148 (Longchamps Restaurant, 42nd and Lexington Avenue, New York City, 1946) / 149 (The Accident, Lexington Avenue, New York City, 1952) / 157 (Times Square, USA, 1950) / 158 (Self Portrait, 42nd street EL station looking towards 'Tudor City', 1952)

Fritz Lang (1890-1976). Fotogrames de la pel·lícula M - Eine Stadt sucht einen Mörder

/ 139 / 140 / 150 / 151

Weegee (1899-1968)

/ 141 (Frank Lava Gunsmith) / 142 (Mannequins, 1942) / 143 (Mannequins, 1961)

Sergio Larrain (1931-2012)

/ 145 (London, Portobello Road Market, 1958-1959)

Ernst Haas (1921-1986)

/ 153 (New York, 1959) / 160 (New York, Winter 1980) / 161 (After a rain storm, Albuquerque, New Mexico, 1969)

Ken Heyman (1930)

/ 154 (Men walking, 2)

Hildegard Rosenthal (1937-1990)

/ 162 (Vendedor de frutas na esquina da ladeira Porto Geral com a rua 25 de Março, São Paulo, 1940s)

Elliott Erwitt (1928)

/ 163 (USA. North Carolina. Wilmington. 1950) / 164 (Polònia, 1964) / 165 (Las Vegas, 1954) / 174 (Amsterdam, 1972) / 175 (Polònia, 1964)

August Macke (1887-1914)

/ 167 (Hat Shop, 1914) / 168 (Hat Shop, 1913)

Manolo Laguillo (1953)

/ 169 (Tonica Schweppes, 1978) / 170 (Passeig Sant Joan junto Arc de Triomf, 1980) / 171 (Bar Izquierdo, 1979)

Ann Marie Rousseau

/ 173 (Macys, The Benediction, 1980)

Ellis postcards

/ 69 (Buhler's Rexall store, circa 1950s)

The Illustrated Postcard Co.

/ 121 (The 23rd Street Shopping District, ca. 1910)

Autors desconeguts

/ 67 (Recht Drug Store, Salina, KS circa 1950) / 68 / 75 (Ladies in uniforms, 1940s) / 76 (Homes transportant maniquins, Berlin, 1931) / 83 (New York Times Square, January 1938) / 84 (A man reads a newspaper on New York's 6th Ave. and 40th St, with the headline: "Nazi Army Now 75 Miles From Paris.", on May 18, 1940)

1	2	3	4	5	6	7	8	9				
	10	11	12	13		14	15	16				
17	18	19	20	21		22	23					
24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34		
35	36	37		38	39	40	41	42	43			
44		45	46	47	48	49	50	51	52	53		
54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66
67	68	69	70	71	72	73	74	75	76			
77	78	79	80	81	82		83	84	85			

86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99
100	101	102	103	104	105	106	107	108	109				
110		111	112	113	114	115	116	117	118	119			
		120	121	122		123	124	125	126	127	128		
129	130	131	132			133	134	135	136	137	138		
139	140	141	142	143	144	145	146	147	148	149			
150	151	152	153	154	155	156	157	158					
159		160	161	162	163		164	165					
166	167	168	169	170	171	172	173			174	175		

