

SILVEIRA, María Laura; BERTONCELLO, Rodolfo; DI NUCCI, Josefina (Coords.). (2020). *Ciudad, comercio y consumo* (Vols. 1 y 2). Café de las Ciudades.

Gabriela RUISECO S. G.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO | México

En septiembre de 2019 se llevó a cabo en la ciudad de Buenos Aires el VII Seminario Internacional “Ciudad, comercio y consumo: abriendo nuevas perspectivas para los estudios geográficos”. El Seminario constituye un espacio de intercambio y debate de la Red Ciudad, Comercio y Consumo conformada en 2006, con la finalidad de profundizar en la reflexión teórica, metodológica y práctica sobre los procesos del consumo y el comercio en diferentes contextos urbanos de Europa y América Latina, donde se realizan los seminarios de manera alterna. Los dos volúmenes que se reseñan comprenden temas sobre la sociedad de consumidores, la financiarización y las temporalidades del comercio, las nuevas centralidades del comercio y el consumo al interior de las ciudades, las tecnologías en la anticipación del consumo y el comercio electrónico, las nuevas estrategias productivas y la aceleración del consumo, y las formas de consumo alternativo y turístico, todos ellos temas centrados en perspectivas de inclusión y exclusión social. Colaboran investigadores de diversas disciplinas: geógrafos, urbanistas y planificadores, quienes aportan nuevos conocimientos y metodologías acerca de las aceleradas transformaciones que se producen en este campo de estudio en las ciudades, metrópolis y regiones urbanizadas contemporáneas.

El volumen 1, *Ciudad, comercio y consumo: nuevas perspectivas para su estudio geográfico*, comprende un prólogo y catorce capítulos en los que participan autores de diferentes nacionalidades. Se abordan temas de apertura desde diferentes enfoques, por lo que los lectores pueden encontrar estos libros interesantes para el análisis de temáticas geográficas originales, debatidas en los seminarios. En el capítulo inicial, los autores, Carles Carreras y Sergi Martínez, ofrecen una revisión bibliográfica de los últimos treinta años de estudios sobre la ciudad, el comercio y el consumo, formulando pautas para comprender hacia donde se dirige la sociedad de consumidores, lo que permite abrir nuevas perspectivas para los estudios geográficos. Los siguientes tres capítulos abordan temas relativos a la financiarización del comercio y su vinculación con el con-

sumo. En el primero de éstos, María Laura Silveira analiza la actual división del trabajo organizada en torno a las finanzas. Ejemplifica procesos de revitalización de espacios y gentrificación a través del análisis de diversos mercados de Buenos Aires, en donde identifica procesos de remodelación y refuncionalización. En el segundo, Patricia Olivera aborda la relación del comercio y el consumo desde la perspectiva de las estrategias de convergencia del capital; a partir de tres preguntas orientadoras examina las estrategias de asociación del capital financiero, inmobiliario y del *retail* que han promovido una creciente producción de espacios de consumo de diferentes formatos en las ciudades mexicanas. En el tercero, Rodrigo Hidalgo y Voltaire Alvarado consideran a la financiarización como un factor clave para comprender los intercambios y flujos de capital, sus expresiones sociales y territoriales en América Latina. Exponen los grupos empresariales del *retail* chilenos que despliegan sus prácticas geopolíticas en otros países e identifican los efectos del *retail* en las nuevas geografías de fragilidad y estabilidad.

Posteriormente, encontramos tres capítulos que tratan el tema de las técnicas y nuevas tecnologías en su relación con el comercio y el consumo. En el primero de éstos, Josefina Di Nucci considera como variables determinantes y explicativos la periodización de las técnicas, la organización del tiempo y el papel fundamental del comercio y el consumo en el proceso de la circulación del capital. Estudia las seis empresas de supermercados más grandes presentes en la Provincia de Buenos Aires y en la Región Metropolitana de Buenos Aires, enfatiza en que éstas han logrado alterar las jerarquías de las ciudades. En el siguiente capítulo, Heliana Comin analiza históricamente el papel de los comerciantes, quienes actualmente se desempeñan como distribuidores de bienes a través de plataformas (*Marketplace*). Analiza empresas *Marketplace* presentes en Brasil que operan a través de la venta en línea e identifica las repercusiones de estas formas de venta sobre las ofertas de empleo. En el último de estos tres capítulos, Encarnação Beltrão aborda el tema del comercio electrónico desde una perspectiva espacial. Observa las características de las redes urbanas de Brasil en la transformación de las relaciones entre ciudades, comercio y consumo a partir de los cambios de ritmos de la movilidad derivadas del creciente uso de las plataformas y del *Smartphone*, como medios para las compras.

El tema del espacio-tiempo se aborda en los siguientes dos capítulos. En el primero, José Gasca y Enrique Castro analizan, a partir del estudio de los patrones espacio-temporales (cronotopos), la información estadística de los viajes-personas entre lugares de origen y destino de la Zona Metropolitana del Valle de México, identifican las áreas de actividad comercial que se van activando en el transcurso de la tempora-

lidad diaria. En el segundo trabajo, Herculano Cachinho y Daniel Pavia interpretan el significado del tiempo de atención en el comercio de la metrópolis contemporánea. Se basan en las teorías de la cultura de consumo y de los recursos para exponer que el comercio ha descubierto las potencialidades del tiempo transformándolo en un recurso, en una estrategia de *marketing* y en una mercancía. Discuten los conceptos de tiempo lento y tiempo rápido ejemplificándolos en el caso del barrio de Colinas do Cruzeiro, en Lisboa, Portugal.

El tema del trabajo vinculado con las políticas públicas se analiza en los tres capítulos siguientes. En el primero, Susana Pacheco propone la categoría de trabajo en del sector terciario para el estudio de los centros comerciales producidos en el marco de los cambios espacio-tiempo. Aborda las vías públicas Avenida Rio Branco y Rua da Carioca (en Rio de Janeiro, Brasil), donde se aprecia la ocupación del espacio público por el comercio popular informal. En el segundo capítulo, Teresa Barata-Salgueiro expone el proceso de cambio tanto en las políticas públicas como en la revitalización de las tiendas de larga trayectoria y arraigo, derivado de las políticas implementadas con el programa “Tiendas con Historia” en Lisboa, Portugal. El programa tuvo como objetivo la recuperación de aquellas tiendas históricas que cerraron en los años de la crisis, pero que constituyen un patrimonio cultural. En el tercer capítulo Amalia Geraiges también aborda el cierre de negocios y el desempleo, con énfasis en aquellos procesos que requieren nuevas formas de trabajo. Analiza la inserción de los jóvenes en la economía de la creatividad, tomando como ejemplo el surgimiento de los *flower trucks* como nuevas formas de comercio y consumo en el paisaje de la ciudad de Sao Paulo, Brasil.

Los últimos dos capítulos del libro abordan el tema del turismo y sus implicaciones en los lugares de destino. En el primero, Rodolfo Bertoncetto expone que en los procesos de redefinición de las ciudades existe una mezcla de homogeneidad y singularidad para ofrecer a los turistas diversas experiencias. Encuentra que una de las nuevas tendencias del turismo urbano, identificadas en la Región Metropolitana de Buenos Aires, es el interés de los turistas por interactuar con los residentes. Analiza esto en relación con las implicaciones en el ámbito social, cultural y territorial. En el último capítulo de este primer libro, Sonia Vidal examina el contexto histórico de los procesos de apropiación, consumo y privatización de los recursos de alto valor paisajístico en el Corredor Atlántico costero bonaerense. Evidencia la proliferación de mega-emprendimientos que promocionan el imaginario de seguridad y de contacto

con la naturaleza, así como las ofertas de carácter exclusivo que consolidan los mecanismos de exclusión social.

El segundo volumen, *Ciudad, comercio y consumo: temas y problemas desde la Geografía*, también contiene trabajos expuestos en los diversos ejes temáticos del seminario internacional, comprende un prólogo y veintinueve capítulos en los que participan autores de diferentes nacionalidades. El libro está dividido en ocho partes.

La parte 1, “Centralidades y ordenamiento territorial” consta de cuatro capítulos; en el primero, Lorena Vecslir y Florencia Sciutto analizan la importancia del “comercio de calle” a través de los procesos de diversificación y renovación que observan en el Conurbano Bonaerense en los sectores sur y noroeste; mencionan que este tipo de comercio pocas veces se planifica para la revitalización comercial y su vinculación a los medios de transporte público, no obstante que muestran dinámicas de reestructuración de las centralidades. En el segundo capítulo, Lucía Reyes y Marcos Bragagnolo analizan los conflictos que surgieron entre los feriantes y las autoridades cuando se implementó el Plan Municipal de Ordenamiento Territorial y se intentó regularizar y reubicar la feria de la localidad de Ugarteche, Provincia de Mendoza, Argentina. Estas políticas se caracterizan por su carencia de participación y concertación. En el tercer capítulo, Rita de Cássia y Encarnação Beltrão exploran las dinámicas actuales del centro principal de la ciudad de Cusco en Perú en relación al surgimiento del Centro Comercial Real Plaza en el espacio urbano de la zona sudeste, identifican que el centro de Cusco posee una fuerte importancia simbólica y el Centro Comercial Real Plaza ha producido una subcentralidad. En el cuarto trabajo, Susana Pérez Medina presenta las diferentes centralidades y los procesos de expansión derivados de los nuevos modelos de distribución de funciones urbanas y de flujos en la Zona Metropolitana de la ciudad de Mérida, Yucatán, México. Encuentra una centralización de la jerarquía metropolitana en el centro histórico, una dispersión funcional en los distritos del norte y la operación de dos subcentros.

El tema de las “Áreas, zonas y artefactos de comercio y consumo en la ciudad” se aborda en la parte 2, integrada por tres capítulos. En el primero, Ana da Rocha y Paulo Reis contextualizan históricamente los procesos cíclicos de transformación urbana que ha sufrido la región portuaria de Rio de Janeiro. Hacen énfasis en las políticas públicas que impulsaron las propuestas de regeneración, revitalización y recalificación de la zona urbana vinculadas a las Olimpiadas de 2016 estimulando con ello la transformación y resignificación de la región portuaria, consolidándola como polo turístico. En el segundo capítulo, Alejandro Morcuende parte de conside-

rar que la economía política es la herramienta teórico-metodológica para el análisis de las relaciones entre el espacio y la sociedad. Analiza la división social y territorial del trabajo tomando como marco tres espacios del consumo situados en los barrios de la Zona Franca de Barcelona, centra la atención en los grupos profesionales, los usos del suelo, las diferencias en los niveles de organización, capital y tecnología que emplean. En el tercer capítulo, Bárbara Romano expone el proceso de segmentación del consumo en el centro de la ciudad de Lomas de Zamora, Buenos Aires, Argentina. Menciona que a partir de esa segmentación surgió un polo gastronómico dirigido al grupo socioeconómico medio-alto en la zona de Las Lomitas, pero aclara que la segmentación no solo se vincula con la estratificación social sino con la captación de segmentos etarios.

La parte 3, que tiene como eje el tema del “Consumo, nuevas formas, productos, áreas y dinámicas comerciales”, está compuesto por tres capítulos. En el primero, Mariana Arzeno y Claudia Troncoso exponen que existe la tendencia de promover a la ciudad de Buenos Aires como una ciudad gastronómica que fomenta un consumo responsable diferenciado cultural y geográficamente, por tanto, se responde a las nuevas inclinaciones de los consumidores por adquirir “alimentos alternativos” provenientes de la Quebrada y la Puna. En el segundo capítulo, Hamilton Romero y María José Calixto analizan la nueva dinámica del comercio en la zona central de la ciudad de Dourados-Mato Grosso do Sul, Brasil. Descubren que, tras la instalación de un centro comercial en Dourado, se acentúa la redefinición de la dinámica socioespacial urbana. Mencionan que es posible relacionar esta nueva dinámica socioespacial del comercio con el papel que juega el Shopping Avenida Center instalado en la avenida principal. En el tercer capítulo, Lluís Frago analiza los nuevos espacios del comercio y el consumo de Barcelona desde una perspectiva metropolitana y regional. Identifica la coexistencia de los nuevos centros comerciales con los centros de abastecimiento tradicionales de escala local y regional. Plantea cinco tipologías de espacios de consumo presente en la demarcación de Barcelona con base en la dinámica de los espacios, la capitalización, el perfeccionamiento técnico e informacional, la presencia de centros comerciales planificados y la demanda turística.

El tema “Anticipación del consumo, expansión del comercio y redes técnicas” es tratado en la parte 4; este apartado está compuesto por tres capítulos. En el primero, Carlos da Silva analiza cómo la introducción de los recursos tecnológicos en el comercio minorista han redefinido las formas comerciales y las prácticas de consumo en la ciudad contemporánea de São Paulo desde el surgimiento del autoservicio. Examina

los efectos socioespaciales del uso de la tecnología en las compras e identifica que, bajo la modalidad de *selfcheckout*, se prescinde de los empleados, por lo cual plantea repensar el lugar de los recursos humanos en el comercio. En el segundo capítulo, Sergio Moreno parte de diferenciar las estrategias empresariales y las estrategias de sobrevivencia. Se propone explicar cómo contribuyen a la aceleración del consumo tomando como ejemplo espacios comerciales de dos ciudades brasileñas. Infiere que las compras *online* impactan el comercio físico evidenciado por la reducción en la frecuencia de viajes por este motivo. En el tercer capítulo, David Lloberas presenta dos panoramas de prácticas geopolíticas, de manera hipotética, sobre la influencia de la República Popular China en la nueva Ruta de la Seda terrestre y marítima, así como en la habilitación de las nuevas rutas marítimas a través del Ártico. Adicionalmente, plantea que el avance de las nuevas tecnologías, especialmente la impresión 3D, podrían significar una división internacional del trabajo alternativa a la actual.

La parte 5 comprende tres trabajos relacionados con el tema “Tecnificación del espacio y consumos contemporáneos”. En el primero, Juliana Zancheta expone los mecanismos que el capital ha utilizado para su autoreproducción, las reorganizaciones y reestructuraciones en las fuerzas productivas y las relaciones sociales que ha provocado. Menciona que el comercio virtual en la ciudad de São Paulo está ligado, principalmente, a la vida cotidiana de las clases con mayores ingresos. En el segundo capítulo, Igor Venceslau examina el comportamiento del comercio virtual en Brasil, país con notables disparidades socioeconómicas y desigualdades regionales que representan desafíos para esta forma de comercio ya que el acceso a las tecnologías de la información y a los servicios financieros presenta grandes desigualdades, destacando la primacía y competitividad de la Región Central. En el tercer capítulo, Arthur Whitacker y Letícia Carli desarrollan una metodología sobre la innovación en su relación con la densidad de información existente en el territorio para revelar las diferencias entre empresas y sus lógicas de localización. Analizan la estructura espacial y la centralidad intraurbana en Brasil. Con respecto al caso de Ribeirão Preto, encontraron que persiste una concentración en el centro principal de las ciudades; sin embargo, detectan cambios paulatinos en la estructura espacial.

El tema “Difusión del crédito, financiarización del comercio y concentración económica” se trata en la parte 6 que está compuesta por cinco capítulos. En el primero, Claudio Pereira analiza las estrategias espaciales de expansión de las empresas minoristas con base en inversiones inmobiliarias. Estudia el uso capitalista del territorio en el caso de Carrefour y su presencia en Brasil. Carrefour es propietario de

tierras y de inmuebles, transforma espacios comerciales y de consumo en mercancías extrayendo rentabilidad de ellos; la empresa juega un doble papel: capitalista y terrateniente. En el segundo capítulo, Joaquín Pérez Martín analiza las cinco grandes cadenas de supermercados presentes en el Área Metropolitana de Buenos Aires. Evidencia el papel relevante que juegan en el mercado de alimentos y bebidas y en los entramados comerciales; así como sus estrategias de negocios abusivas, como las franquicias y las prácticas comerciales que imponen tanto a sus proveedores como a los consumidores para controlar las reglas del juego competitivo del mercado. En el tercer capítulo, Silvia Busch parte del análisis de la expansión del consumo y la comercialización de alimentos de rápida preparación en la metrópolis de Buenos Aires. Menciona que las empresas globales, a través de la publicidad han introducido nuevos hábitos de consumo alimentario dirigidos principalmente a estratos de ingresos bajos. Identifica el crecimiento de comercios de comida rápida de menor capital que imitan el formato de las empresas globales. En el cuarto capítulo, Maia Hiese parte de una actualización de la teoría de los circuitos de la economía de acuerdo con Santos para analizar las estrategias de expansión del sistema de franquicias, especialmente de marcas de indumentaria y calzado, en Tandil, Argentina. A través de las características que adquieren las variables de organización, capital y técnica en el sistema de franquicias, estudia los diferentes usos del territorio que practican el circuito superior y el circuito inferior de la economía en torno al sistema de franquicias. En el quinto capítulo, Derlis Parserisas analiza el surgimiento de nuevos actores financieros en las ciudades de Argentina. Parte de considerar a las finanzas, la técnica, la información y el consumo como variables dominantes en el fenómeno financiero y su relación con el territorio en el periodo de la globalización. Enfatiza en el crecimiento de las *fnntech*, la diversificación de negocios financieros, la pluralidad de productos ofrecidos y la creciente financiarización de la vida cotidiana que promueve el consumo y el endeudamiento.

La parte 7 aborda el tema de “Lugares, mercados y actores subordinados”; la componen cuatro capítulos. En el primer capítulo, Roberto Alvarez se basa en el método propuesto por Santos para entender el espacio a través de sus elementos. Estudia el distrito de Saúde ubicado en la Zona Portuaria de Río de Janeiro. En el caso de la Rua Conselheiro Zacarias exhibe los procesos de migración que sufre la zona por la escasez de establecimientos comerciales que cubran las necesidades básicas de los vecinos del barrio, afirma que el proyecto Porto Maravilha no ha logrado revitalizar la dinámica del barrio. En el segundo capítulo, Sidney Gonçalves y Rossanna Pérez estudian las metamorfosis y la permanencia de las actividades terciarias en el espacio

urbano de Praça da Alfândega, Porto Alegre, Rio Grande do Sul con el objetivo de valorar el carácter identitario de la informalidad en el Centro de Porto Alegre. Menciona que las principales actividades en la plaza se vinculan a las actividades terciarias y los usuarios más importantes son los propios comerciantes fijos y ambulantes legalizados o informales, con lo que se reconoce la histórica permanencia de la vocación comercial del lugar. En el tercer capítulo, con base en una perspectiva de la geografía de la vida cotidiana, Eda Góes y Viviane Carvalho realizan un análisis comparativo de dos ciudades intermedias de Brasil, Presidente Prudente y São Carlos, con el fin de apreciar el papel de los habitantes de la ciudad como sujetos en el proceso de producción del espacio urbano. Mencionan que, con el aumento de ingresos registrado entre 2002 y 2005, se modificó la economía al alentar las prácticas de consumo articuladas en redes. En el último capítulo de este apartado, Otoniel da Silva analiza las tendencias de tres grandes grupos empresariales minoristas presentes en la metrópolis de São Paulo, quienes han destinado inversiones de capital en la implementación de modelos de mercados de barrio. Los que han implementado el formato de proximidad buscando incrementar la concentración y centralización de su capital.

El tema de los “Mundos urbanos, expresiones socioespaciales y políticas públicas” es tratado en la parte 8. Este apartado está compuesto por cuatro capítulos. En el primero Daniela Hanns y Wilton Garcia abordan, desde una reflexión crítica, el análisis de las formas de inclusión y exclusión presentes en las ciudades contemporáneas de Brasil. Toman el caso de la exposición *Queermuseu – Cartografías de la diferencia en el arte brasileño* presentada por Museo de la Diversidad Sexual en 2017 como ejemplo de la intolerancia ante la libre expresión artística en el país. En el segundo trabajo, desde una perspectiva interdisciplinar y experimental, Leonardo Sena y Eleonora Leicht abordan el tema de las centralidades urbanas; ejemplifican la metodología del trabajo con el caso de la calle Grecia del Municipio A en Montevideo. Enfatizan en que la gestión de las centralidades debe partir desde la perspectiva del derecho a la ciudad. En el tercer capítulo, Carlos Balsas realiza dos preguntas de investigación sobre el análisis comparativo de cuatro ciudades: Barcelona, Albany, Tempe y Macao respecto al papel que juegan los mercados públicos en la habitabilidad urbana, así como la emergencia de los desiertos alimentarios en las ciudades. Enfatiza en que los planificadores deben repensar el efecto que ha tenido la actividad minorista sobre la habitabilidad urbana. En el último capítulo, Pedro Guimarães y Herculano Cachinho realizan una revisión sistemática de los proyectos de regeneración urbana basados en el comercio. Analizan los Business Improvement Districts

(BID) como uno de los modelos de gobernanza urbana, identifican los elementos que los definen y estudian algunos casos de su difusión internacional y la forma en que se pueden ajustar a las especificidades de otros países.

Los trabajos que comprenden los dos libros muestran una pluralidad de formas de profundización en el análisis de las diversas perspectivas del comercio y del consumo resaltando su importancia en la sociedad urbana, desde distintos fundamentos teórico-metodológicos con los que las y los autores abordan los temas. Son estudios caracterizados por perspectivas geográficas que implican las transformaciones tecnológicas, de la política urbana, de las relaciones producción y circulación, las formas culturales del consumo, las espacialidades interiores de las ciudades, y todo esto enfatizando en la dimensión de la espacialidad urbana. También es recomendable la lectura de estos textos especializados por la referencias bibliográficas y por los ejemplos de las ciudades latinoamericanas y europeas estudiadas.

