
Pequeño comercio y vitalidad urbana en Zaragoza. La ciudad contra la anti-ciudad

Mario de Gaviria Fobian
David Baringo

Olsen & Baringo Consulting, SL
baringo@net-way.net

Resum: Saragossa és una ciutat densa i compacta. Els fluxos de vianants són molt intensos. El sistema d'autobusos és eficient i econòmic. El petit comerciant és la peça clau per entendre la dinàmica de la ciutat: fan el carrer segur, la ciutat més humana, el passeig més bonic i ecològic ja que els saragossans/nes no han d'utilitzar el cotxe. Tot això contrasta amb l'anticiutat dispersa, on dominen les grans superfícies comercials que fomenten el transport en automòbil i converteixen el carrer en un lloc sense vida, insegur i hostil. Però en el futur, Saragossa ha d'enfrontar-se al dilema.

1. La ciudad

La Zaragoza de finales del siglo xx es una ciudad densa, animada, con marcha. Su población empadronada sobrepasa los 600.000 habitantes. Los días laborables tiene unos 200.000 *city-users* adicionales. Es el principal núcleo de población en 300 kilómetros a la redonda.

2. Su movilidad

En Zaragoza hay 292 vehículos por cada 1.000 habitantes (un 75 % de los hogares dispone de coche o de moto), una cifra considerable en comparación con otras ciudades del Estado. Sin embargo, según la última encuesta de movilidad, el 70 % de los desplazamientos dentro de la ciudad se hacen andando o en autobús. Buena parte de este éxito (ecológico, de justicia social) se debe a su rápido, eficiente y económico sistema de transporte público basado en sus 280 autobuses. La movilidad es un derecho, incluso para los más débiles. El billete de autobús barato y las abundantes líneas ayudan a hacer la ciudad un poco más justa.

3. El problema: pequeño comercio versus gran superficie comercial

La presente comunicación nace del trabajo desarrollado durante los últimos años por los autores (Mario Gaviria Fobian y David Baringo) en diversos proyectos de investigación-acción y acción-investigación relacionados con el pequeño comercio y la vitalidad urbana de la ciudad de Zaragoza. Siempre bajo el patrocinio moral y económico de la Federación de Empresarios de Comercio de Zaragoza y la Fundación Ecología y Desarrollo.

El trabajo comienza con la demanda de la asociación que agrupa a la mayoría de los pequeños comerciantes zaragozanos de proponer una estrategia de futuro para hacer frente a la implantación de grandes superficies comerciales. En poco más de diez años se han instalado seis nuevas grandes superficies comerciales en los alrededores del núcleo urbano. Buena parte del sector comercial tradicional ha notado desde entonces un considerable descenso de su nivel medio de ventas, que ha acelerado el proceso de reconversión que vivía el sector desde hacía años.

4. La solución propuesta: el paso progresivo de calle de comercio tradicional hacia el centro comercial abierto

En este tiempo se ha trabajado en la progresiva introducción del concepto y de los parámetros del centro comercial abierto. Se parte de la idea que el comerciante deberá procurar que su comercio sea bueno, bonito y barato no sólo puertas adentro. Aunque el precio, la calidad y la atención al cliente continúan siendo clave, ya no es sufi-

ciente. La escena urbana deberá ser planificada y gestionada bajo el asesoramiento de las asociaciones de comerciantes de calle que deberán preocuparse de que sea un espacio agradable, cómodo, bonito y seguro. Revalorizar la calle como un atractivo comercial más, siempre en continuo contacto con el Ayuntamiento, las juntas de distrito y la asociación de vecinos de la zona comercial.

El comerciante, el tendero de la esquina, tiene una esencial función social que debe ser protegida y alentada: hacen la calle más segura con su vigilancia constante sobre lo que pasa, hacen la calle más humana con su trato cara a cara con los clientes, hacen la calle más solidaria al fiarte cuando no te llega el dinero de la compra, hacen la calle más bonita y ecológica porque nos permiten hacer la compra sin tener que tomar el automóvil privado. En definitiva, una ciudad con mucho y diverso pequeño comercio hace de ella un lugar acogedor, seguro, divertido, que invita al paseo. Hace la ciudad más habitable.

En la ciudad sin calles, sin aceras, donde predomina el vehículo privado, sin bajos comerciales en los edificios y por lo tanto sin pequeño comercio tradicional, la ciudad muere. Es la anti-ciudad, la negación de lo urbano. La calle comercial se transforma en las grandes superficies comerciales: simulacros de calles comerciales con tejado, climatizadas, con hilo musical, etcétera. Un paso más hacia la *McDonalización* de la sociedad.

5. La principal estrategia: defender al peatón y las aceras

¿Qué es lo primero que se nos viene a la cabeza cuando pensamos en una ciudad cualquiera? Sus calles. Cuando las calles de una ciudad ofrecen interés, la ciudad entera ofrece interés. Las aceras de una calle comercial con vitalidad, las aceras de un centro comercial abierto, deberían ofrecer simultáneamente:

- seguridad
- comunicación y contacto
- juego de niños.

5.1. Seguridad

La seguridad en las ciudades no puede ser garantizada al cien por cien por la policía. Es imposible que estén en todos los sitios a todas horas. En las aceras de las calles animadas la paz está garantizada

principalmente por una densa y casi inconsciente red de controles y una buena voluntad colectiva. Los actos delictivos (robos, violaciones, peleas) son muchísimo menos frecuentes en las aceras de las calles animadas que en los barrios suburbanos. O sea, una calle muy frecuentada es una calle segura mientras que una calle poco concurrida es probablemente una calle insegura.

Para la economista y urbanista norteamericana Jane Jacobs, para que las aceras de una calle sean seguras deben cumplir los siguientes principios:

a) Debe haber una neta demarcación entre lo que es espacio público y lo que es espacio privado. Los espacios públicos y privados no pueden confundirse como ocurre con frecuencia en los barrios de bloque abierto (por ejemplo ACTUR, La Romareda o Residencial Roma en Zaragoza).

b) Ha de haber siempre ojos que miren a la calle, ojos pertenecientes a personas (como los comerciantes y los residentes) que conviven diariamente con la calle.

c) La acera debe tener usuarios casi constantemente, para así añadir más ojos a los que normalmente miran a la calle y también para inducir a los que viven en las casas a observar la calle en número y ocasiones suficientes.

Jacobs afirma que el requisito básico de esta vigilancia «es que haya una buena cantidad de tiendas y otros establecimientos públicos de trecho en trecho (...) preferentemente aquellos establecimientos utilizados con preferencia por la tarde y por la noche». Los pequeños comercios aumentan la seguridad de la calle en la que se localizan ya que atraen flujos peatonales (y por lo tanto más ojos para vigilar). Además, afirma Jacobs, «los tenderos y otros pequeños negociantes son característicamente sólidos defensores de la paz y el orden por interés propio; estas personas odian las ventanas rotas y los asaltos; es comprensible que no les guste ver a sus clientes nerviosos e intranquilos por su seguridad. Si son numerosos pueden constituir un excelente cuerpo de vigilantes y guardianes de las aceras de sus calles».

5.2. Comunicación y contacto

La mayoría de los triviales, casuales y públicos contactos entre personas que se dan en las calles animadas son fortuitos. Contactos que surgen espontáneos entre personas que coinciden para una re-

lación determinada y no forzosamente (por ejemplo, la relación diaria del panadero con el cliente que compra el pan todos los días). Todo esto da como resultado un sentimiento de identidad pública entre las personas, una red y un tejido de respeto mutuo (público) y de confianza, y también de garantía de asistencia mutua para el caso en que la vecindad la necesite. La ausencia de esa confianza es un desastre para cualquier calle de cualquier ciudad. La intimidad es algo precioso, incluso en una ciudad mediana como Zaragoza. Las calles comerciales animadas con relación directa entre tendero y cliente permiten mantener un equilibrio entre el anonimato de la vida privada y el hecho de saludar, hablar, en definitiva, de relacionarte con personas que habitan en tu entorno.

5.3. Juego de niños

Las mismas reglas de seguridad urbana y de vida pública urbana que se aplican a los adultos se aplican también a los niños. Además, los niños de la ciudad necesitan de una gran variedad de sitios donde poder jugar y aprender. Necesitan tener la posibilidad de poder practicar toda clase de deportes, ejercicios y habilidades físicas. Las aceras de una calle comercial animada cumplen perfectamente esta necesidad. No se trata en absoluto de proyectar las aceras especialmente para que los niños puedan jugar; la única condición es que en ellas se desarrollen toda clase de actividades *adultas* y las utilicen diversos tipos de personas. Si las aceras de una calle suficientemente concurrida son anchas, los juegos infantiles prosperarán rápidamente. Cuanto más estrechas sean las aceras, más corrientes serán los incidentes o accidentes en los juegos de los niños. Las aceras anchas darán lugar a muchos juegos infantiles y mejor todavía si hay árboles que den sombra a los juegos.

Normalmente se sacrifica la anchura de las aceras al tráfico rodado, en parte porque se considera que las aceras son sólo espacios destinados al paso de transeúntes y como accesos a los edificios. Así se las desestima en tanto que únicos e insustituibles órganos de seguridad ciudadana, vida pública y educación de los niños, como lo son en realidad. Cuanto más animada sea una acera, y cuantos más y diversos sean sus usuarios, tanto mayor habrá de ser su anchura para poder hacer frente de manera satisfactoria a sus muchas y muy diversas funciones.

6. Conclusiones

Frente al modelo anglosajón de ciudad dispersa con comercio segregado en forma de grandes superficies comerciales, a Zaragoza (al igual que a otras ciudades mediterráneas) le interesa mantener un modelo de ciudad basado en calles animadas, divertidas y bonitas; con unos barrios con vida propia y que no se limiten a la función de barrios dormitorio; con mucho peatón y transporte público. O sea, lo urbano, la ciudad contra lo segregado, la anti-ciudad.

Bibliografía

- DIARIO OFICIAL DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (1988). *Resolución sobre la protección del peatón y Carta europea de los derechos del peatón*. Parlamento Europeo.
- JACOBS, J. (1973). *Muerte y vida de las grandes ciudades*. Madrid: Ediciones Península.
- LEFEBVRE, H. (1975). *El derecho a la ciudad*. Madrid: Ediciones Península.