

## De la botiga<sup>1</sup> a la boutique: gentrificación comercial en el Casc Antic de Barcelona<sup>2</sup>

### From the 'botiga' to the boutique: Commercial gentrification in Barcelona's Casc Antic

Adrián Hernández

Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa  
adn212@gmail.com

**Resumen.** El objetivo del presente trabajo consiste en analizar las relaciones entre la gentrificación y la transformación comercial del Casc Antic, partiendo del supuesto de que la gentrificación implica la mutación del comercio de proximidad, así como del paisaje urbano. En un primer momento, el artículo sitúa la discusión de la gentrificación comercial. En segundo lugar, se presenta la metodología de investigación. En tercer lugar, se analiza la reconstrucción del mercado de Santa Caterina como el gran motor de la transformación urbana del Casc Antic. En cuarto, se presentan los hallazgos a partir de la elaboración de un censo comercial en la zona de estudio. En quinto lugar, se reflexiona sobre el conflicto que surge entre los vecinos por las nuevas formas comerciales.

**Abstract.** The main purpose of this paper is to analyze the connection between gentrification and retail transformation in the Casc Antic. Gentrification involves commercial mutations which cause a profound change in the urban landscape. First, commercial gentrification is discussed. Second, the research methodology is described. Third, rebuilding of the Santa Caterina market is analyzed as the great engine of urban transformation of in the Casc Antic. Fourth, the results of the commercial census in the study area are discussed. In conclusion, we present a reflection on the conflict that arises between the old and new neighbors because of the new forms of retail trade.

**Palabras clave.** Gentrificación; comercio; Barcelona.

**Keywords.** Gentrification; commerce; Barcelona.

### Gentrificación comercial

El concepto gentrificación<sup>3</sup> tiene más de cinco décadas de existencia y durante ese período su significado se ha ido transformando. Su definición clásica aportada por Ruth Glass la entiende como la llegada de sectores de clase media a algunos barrios obreros, lo que implicaba el aumento de los precios de la vivienda, provocando el desplazamiento de los habitantes de menores ingresos (citada en Neil Smith, 1996). En los últimos años el concepto se ha diversificado. Por ejemplo, Loreta Lees et al. (2008) proponen entender la gentrificación a partir de cuatro dimensiones: la inversión de capital, la llegada de personas de mayores ingresos económicos, el desplazamiento de población de bajos recursos y el cambio en las actividades comerciales y, por ende, en el paisaje urbano. La última característica hace posible que se abran vías de análisis para el estudio de la gentrificación a partir de las mutaciones en el ámbito comercial, pero también desde una perspectiva simbólica.

---

<sup>1</sup> En lengua catalana las tiendas de proximidad se denominan botigas y se caracterizan por ser atendidas por sus propietarios o dependientes.

<sup>2</sup> Parte de este documento forma parte de un capítulo de la tesis doctoral del autor, aunque ha sido parcialmente modificado para ser publicación en versión artículo. Para la realización de la investigación se contó con el financiamiento del CONACYT, México.

<sup>3</sup> Siguiendo a Tom Slater (2011), se entiende gentrificación como el proceso de transformación mediante el cual algunas zonas urbanas experimentan un proceso de revalorización económica a través de acuerdos institucionales entre ámbitos públicos y privados, teniendo como consecuencia el desplazamiento de población de ingresos bajos y la llegada de sectores de mayores recursos.

Las relaciones entre gentrificación y consumo han sido esbozadas por varios autores. Desde el ámbito anglosajón Joanne Massey (2005) señala que éstas se expresan físicamente a través de la aparición de locales de diseñadores exclusivos y tiendas de productos caros. En una línea parecida Lees et al. (2008) mencionan que existe un fenómeno de boutiqueización en la ciudad, haciendo alusión a la proliferación de boutiques y a la desaparición de tiendas y comercios de proximidad (colmados, panaderías, papelerías, etc.) que cubrían las necesidades barriales. Mientras que en los estudios castellanoparlantes el consumo y su fuerza transformadora en la ciudad ha tomado relevancia, así lo indica el trabajo de Michael Janochska et al (2013), quienes argumentan que en diversas ciudades de la geografía ibérica están ocurriendo fenómenos que vinculan a la gentrificación con mutaciones comerciales y productivas, casi siempre lideradas por el Estado. Nuria Pascual y Ramón Ribera (2009) nos invitan a poner el lente analítico en las transformaciones vinculadas con la clase media y sus patrones de consumo que implican la instalación de comercios que satisfacen sus demandas de alto capital cultural y valores cosmopolitas. Mientras que Luz García et al. (2007) ha evidenciado la manera en que el turismo toma cada vez mayor relevancia debido a las repercusiones territoriales que tiene como la mayor instalación de establecimientos para turistas que implican la supresión de los negocios para la población local.

Por lo tanto, se entiende gentrificación comercial como la progresiva instalación de comercios dirigidos hacia un sector de ingresos económicos medios y altos, que implican el desplazamiento o la sustitución del antiguo comercio de proximidad que caracterizaba a los barrios, sobre todo de las zonas centrales. La gentrificación comercial ha sido estudiada en dos ámbitos espaciales, en los barrios gentrificados y en los mercados municipales. Respecto al primer tema, se ha enfocado desde diferentes perspectivas y contextos (Massey, 2005; Sharon Zukin et al., 2009), poniendo el énfasis en la forma en la que en ciertos barrios de las ciudades se instituyen nuevas tipologías comerciales que contribuyen a producir un capital económico que las sitúa en la escena global, pero también un capital simbólico como elementos de autenticidad. En cuanto al segundo tema, se han llevado a cabo estudios (Sara González y Paul Waley, 2013) que demuestran la forma en que los mercados son representados como sitios deteriorados, salvajes y sucios, justificando su revalorización económica y simbólica.

De esta forma, se puede apreciar que las transformaciones comerciales toman mayor relevancia en los estudios sobre gentrificación. Los cambios en las actividades comerciales ya no se miran como una consecuencia de lo que podemos denominar gentrificación residencial, sino que son procesos vinculados y que se complementan.

## Metodología

El presente trabajo combina técnicas de investigación con la finalidad de ofrecer una visión integral de la gentrificación comercial en el Casc Antic. Se recurrió a las entrevistas semiestructuradas, debido a que permiten acercarse a las experiencias cotidianas de los

habitantes en relación con el proceso de gentrificación. Se realizaron 23 entrevistas semiestructuradas a vecinos y comerciantes del Casc Antic, así como a técnicos urbanistas y arquitectos. Cabe mencionar que el nombre original de los entrevistados se modificó para garantizar el anonimato.

Asimismo, se efectuó un censo comercial que buscaba generar datos respecto a la realidad comercial del Casc Antic para contar con insumos y determinar la existencia de nuevas dinámicas comerciales en el barrio. Debido a la gran cantidad de establecimientos mercantiles en el Casc Antic únicamente se tomaron como muestra las calles más representativas de las dinámicas de transformación del barrio: Sant Pere Més Alt, Rec, Portal Nou, Flassaders, Passeig del Born, Argentería y Carders. Se diseñó un pequeño instrumento que clasificaba el comercio según la tipología, indagaba la fecha de inauguración y, en su caso, el uso que lo precedió. La información fue recabada en diferentes días y horarios. Cabe mencionar que el levantamiento en campo se realizó entre el año 2012 y 2013.

### La transformación comercial del Casc Antic

En la década de los setenta del siglo pasado, a partir del final de la dictadura en España comenzó un cambio en el paradigma urbano de Barcelona que desembocó en la reconfiguración de la ciudad a partir de la organización de los Juegos Olímpicos de 1992. En este contexto, se emprendió una “gentrificación liderada por el Estado” (Jason Hackworth y Smith, 2000), debido a que desde los poderes públicos surgió el interés por recuperar Ciutat Vella que se encontraba en un proceso de deterioro físico y marginación social. Se desarrollaron instrumentos legales y urbanísticos como los Planes Especiales de Reforma Interior para llevar a cabo las intervenciones de renovación urbana. Asimismo, se estableció colaboración con desarrolladores inmobiliarios para obtener recursos económicos para ejecutar las operaciones urbanísticas, lo cual llevó la conformación de la empresa de capital mixto denominada Promoción Ciutat Vella S.A.<sup>4</sup>.

En este contexto, el gobierno municipal actuó en los cuatro barrios que componen Ciutat Vella<sup>5</sup>; sin embargo, la operación que recibió mayor atención por su impacto y sus implicaciones sociales fue la que se produjo en El Raval. En cambio, la del Casc Antic ha pasado un tanto desapercibida, a pesar de que también se ejecutaron grandes obras que implicaron demoliciones, expulsiones de vecinos y una potente resistencia vecinal.

En otro trabajo (Hernández, 2015) se analizó la forma en que el Casc Antic atraviesa por un proceso de gentrificación y experimenta transformaciones en la estructura demográfica, así como en su ámbito territorial. Por una parte, la población de origen obrero (española y extranjera que residía allí experimentó un fenómeno de sustitución por diversas causas, aquellas que podemos llamar naturales, es decir, envejecimiento, mortalidad; así como por

<sup>4</sup> PROCIVESA se compuso de capital mixto (51% público y 49% privado) y fue la entidad encargada de llevar a cabo las gestiones legales y logísticas, como las concertaciones con los vecinos, y ejecutar los procesos de expropiación y expulsión.

<sup>5</sup> Los cuatro barrios que la conforman son Casc Antic, Barceloneta, Gótico y Raval.

factores externos como reubicaciones, expropiaciones, aumentos del valor del suelo y mobbing inmobiliario. De esta forma existe un proceso de rejuvenecimiento en el barrio, las personas que lideran este fenómeno se ubican en el rango de edad de 25 a 49 años de edad, cuentan con mayor instrucción escolar y más ingresos económicos que los habitantes anteriores. Asimismo, se ejecutaron obras de creación y embellecimiento de espacios públicos y calles con la intención de ofrecer una renovada imagen de la zona, aunque dichas intervenciones no estuvieron exentas de polémicas y resistencia vecinal como el caso del Pou de la Figuera (mejor conocido como el Forat de la Vergonya). Igualmente, se apeló a la industria cultural como motor de transformación social, por lo cual se reconstruyeron varios equipamientos como el Convent de San Agustí y el Born Centro Cultural que han venido a reforzar a los diversos equipamientos culturales que se fueron instalando en el barrio y que atrajeron a profesionales de las artes y la cultura para instalar galerías o emplazar su residencia en el mismo barrio. De esta manera, progresivamente cambió la imagen del Casc Antic que pasó de ser un barrio lúgubre e inseguro a una de las zonas de la ciudad con más dinamismo urbano debido a su ambiente multicultural, a la renovada oferta comercial y la vida nocturna con la que se promociona, así como a los atractivos turísticos que alberga, implicando el aumento en los precios de vida del barrio.

### El mercado de Santa Caterina como motor de la gentrificación

El mercado de Santa Caterina se erigió como uno de los principales centros de abasto de la ciudad. Sin embargo, a partir de mediados del siglo pasado atravesó por un proceso de desinversión. En los años ochenta, en el contexto de la transición a la democracia y con la efervescencia de los movimientos ciudadanos en Barcelona, los vecinos del barrio promovieron su reconstrucción, materializándose en el Plan Especial de Reforma Interior de 1986.

La remodelación del mercado comenzó en 1999 a partir de una modificación realizada al PERI de 1986 que implicó la supresión de las propuestas vecinales y la generación de un nuevo proyecto que estaría destinado al turismo (Hernández, 2014). La realización de las obras obligó que los comerciantes fueron trasladados a unas carpas provisionales fuera del barrio, situación que se prolongó seis años debido al hallazgo de restos arqueológicos en el subsuelo. La demora en las obras afectó al Casc Antic, esto es, a su vida barrial y económica. Según Xavier Medina y Marcelo Álvarez (2009), debido a los efectos en las obras de reconstrucción del mercado cerca de 200 tiendas próximas al centro de abasto cerraron sus puertas. Por la prolongación de las obras el mercado de Santa Caterina dejó de llevar a cabo su función de articulador de la vida económica y social, proceso que algunos vecinos describen como *la muerte del barrio*.

La nueva techumbre ostentosa que se instaló como parte de la reconstrucción de Santa Caterina tenía la finalidad de convertirla en un ícono turístico de Barcelona. Además, el mercado se erigió como el prototipo del Modelo de Mercados Barcelona<sup>6</sup>, que, entre otras cosas, se fundamenta en la reducción de la superficie comercial; en el caso de estudio pasaron de 100 a 68 paradas. La liberación de superficie tenía como objetivo central el cambio en la oferta de establecimientos comerciales haciendo posible que se instalara un

---

<sup>6</sup> Véase <http://www.mercatsbcn.cat/> Concretamente, en la sección Modelo de Mercado Barcelona.

restaurante de medio standing, pero sobre todo un supermercado justificando su presencia por la financiación de la reconstrucción del equipamiento sin importar que existiera una competencia desequilibrada con los locatarios.

El mercado de Santa Caterina y la renovada oferta comercial de éste lo hace un sitio nuevo que no tiene nada que ver con el antiguo mercado del barrio que era. Se diseñó ya no como un centro de comercialización en el cual los vecinos de Ciutat Vella pudieran abastecerse de alimentos, sino que se proyectó sobre todo como un espacio turístico, así como un centro de consumo para las clases medias que progresivamente llegarían al barrio a partir del proceso de gentrificación que experimentaba el sector de estudio.

### El nuevo escenario del comercio del Casc Antic

El mercado de Santa Caterina desempeña un papel estratégico en la estructura comercial y social del Casc Antic, se erige como la principal centralidad social y económica del barrio. Por esta razón, en el momento que fue cerrado para su reconstrucción las relaciones sociales y comerciales que organizaba en torno a él se fracturaron, generando importantes repercusiones para los vecinos y establecimientos aledaños. Sin embargo, cuando fue reabierto retomó su potencial como dinamizador comercial y barrial, pues con su apertura se reactivaron progresivamente todo tipo de actividades.

La gentrificación comercial del mercado se expandió a partir de la intervención urbana. Los establecimientos tradicionales del perímetro cercano que durante la reforma sufrieron estragos comenzaron a advertir un proceso de especulación inmobiliaria, propio de la gentrificación y de lo que Smith (1996) denomina *diferencial de renta*. Debido a las obras urbanísticas en el mercado de Santa Caterina una serie de comercios cerraron, generando una bolsa de locales vacíos que serían reactivados por sus propietarios previo a la inauguración de éste. Al acercarse la apertura del centro de abasto los locales progresivamente se fueron ocupando por nuevos bares, locales de alimentos *gourmet* y productos orgánicos, tiendas de diseño y boutiques que pagaron los nuevos precios establecidos por el mercado inmobiliario. Ello implicó que los montos de los alquileres aumentarán, generando un efecto en cadena que afectó a los pocos comercios de proximidad que se mantuvieron, sobre todo aquellos regentados por personas mayores.

La reforma del mercado fue un factor que impulsó la gentrificación comercial en el Casc Antic. Para mostrar la forma en la cual cambió el sector de estudio se tiene que remitir a una perspectiva temporal y ante la carencia de datos estadísticos del pasado, las entrevistas son una herramienta que ofrecen elementos para comprender este fenómeno. Entre los vecinos, principalmente en aquellos que llevan una mayor cantidad de años residiendo en el barrio, existe la opinión de que el comercio mutó. Al respecto se presenta un fragmento de la entrevista realizada a una arquitecta que, en entre otras actividades laborales realiza recorridos temáticos en Ciutat Vella:

Es verdad que ha dejado de ser un comercio de barrio para ser un comercio en algunos casos de lujo o de cosas muy sofisticadas o muy estéticas... La colchonería y la frutería se convierten en un comercio de lujo, de marcas o de locales internacionales que responden al poder adquisitivo de las personas que se acaban instalando allí y dejan de tener estos servicios de barrio (Luisa. Arquitecta, ex residente del barrio)

Otra vecina, llegada hace poco tiempo al barrio, pero visitante frecuente desde niña con su madre porque era un sector de referencia comercial, opina:

Se están abriendo locales, bares u hoteles muy glamorosos, muy chics. Eso, por un lado. Luego, el típico comercio que había existido de toda la vida está un poco desaparecido, eran las mercerías de toda la vida o comercios en los que podías encontrar de todo. Ahora muchos van cerrando (María. 40 años, abogada. 1 año viviendo en el barrio)

Uno de los principales motivos de la transformación comercial del barrio tiene que ver con el envejecimiento que experimentó el Casc Antic, lo cual conllevó muchos cierres de negocios por jubilación. Al respecto una arquitecta y vecina del barrio comenta:

El comercio tradicional ha desaparecido poco a poco a medida que han ido muriendo los tenderos y las tenderas. El barrio ha ido cambiando, en la colchonería hay un sitio de tragos, donde había una pollería hay no sé qué. Ya desapareció el comercio de proximidad (Vanina. Arquitecta, 48 años. 18 años de residencia en el barrio)

Este fenómeno natural de cambio de la oferta comercial por motivo del envejecimiento tiene que ver con la falta de personas jóvenes que quieran continuar con el establecimiento. La continuidad gremial ya no es viable porque los clientes de cierto tipo de productos y servicios también han ido desapareciendo por la migración o por la mortalidad. Sin embargo, también hay casos en los que los pequeños comerciantes ya no pueden resistir la embestida de la especulación inmobiliaria de un barrio en proceso de gentrificación en el que los alquileres están constantemente en aumento. Además, hay que considerar que se están llevando a cabo actualizaciones tributarias y que a finales de 2014 entró en vigor la Ley de Arrendamientos Urbanos que termina con el régimen de los alquileres antiguos. Esto implica que muchos de los comercios de antaño y de proximidad estén cerrando sus puertas porque les resulta complicado pagar los nuevos precios que les imponen los propietarios. Por lo tanto, existe una presión de desplazamiento sobre los vendedores y de sus comercios.

### Tipología de comercios en el Casc Antic

Con la finalidad de conocer de mejor manera las mutaciones que estaban ocurriendo en el Casc Antic se realizó un censo comercial en 7 calles de éste que se consideraron las más representativas. El censo comercial únicamente captura la realidad comercial de un momento determinado y debido a que no se contó con información precedente no se pueden establecer comparaciones temporales. Sin embargo, arroja luz sobre ciertas tendencias como es la identificación de diferentes ejemplos de comercios que se intentan caracterizar a través de la siguiente tipología:

- Gentrificados. Son los nuevos comercios que ofrecen productos y servicios que han surgido en los últimos años. Se caracterizan por albergar giros comerciales como restaurantes y bares de diseño, boutiques, establecimientos *gourmet*, galerías de arte, etc.
- Tradicionales. Establecimientos que preceden el proceso de gentrificación y cumplen únicamente con su función más allá de cuestiones estéticas. Generalmente son establecimientos regentados por personas mayores: bares, panaderías, talleres

artesanales y locales comerciales vinculados con los oficios y servicios que están por desaparecer, como es el caso de las zapaterías.

- **Globalizados-Turísticos.** Esta tipología engloba a los negocios recientemente instalados que derivan del proceso de terciarización. Generalmente son franquicias de empresas multinacionales, aunque también pueden existir particulares que ofrecen servicios como alquileres de bicicletas u otro tipo de vehículos motorizados, *souvenirs* y alimentos.
- **Étnicos.** Comercios que fueron resultado del proceso de inmigración de la zona de estudio y que ofrecen productos de diferentes regiones del mundo y cubren la demanda de estos sectores de población. Son comercios de productos latinos, locutorios y carnicerías para musulmanes, por mencionar algunos ejemplos.
- **Mini supermercados.** Son establecimientos comerciales que ofrecen productos de primera necesidad, desde fruta hasta medicamentos. En su mayoría son administrados por población pakistaní o china. Por su oferta variada no existe casi distinción de clientela, ya que puede acudir cualquier persona del barrio.
- **Equipamientos públicos.** Establecimientos construidos por el régimen gubernamental que se destinan a usos públicos. Fueron establecidos durante y después del proceso de reforma urbana de la zona de estudio.
- **Vacíos.** Las plantas bajas que son de actividad comercial pero que se encuentran cerradas.

### Resultados del Censo Comercial en el Casc Antic

El resultado del censo para el conjunto del barrio se puede apreciar en la siguiente tabla.

Tipo de comercio	%
Gentrificados	41
Tradicionales	21
Globalizados-Turísticos	10
Étnicos	3
Mini súper mercados	4
Equipamientos	4
Vacíos	16
Total	100

Censo comercial del Casc Antic. 2013

Fuente: elaboración propia en base al censo comercial efectuado en el otoño de 2012

En la imagen se puede observar que en el Casc Antic predomina la tipología de establecimientos gentrificados con el 41%, mostrando la nueva tendencia de usos comerciales a partir de la implementación del proceso de gentrificación. Si a ello agregamos

el 10% de los comercios de la categoría globalizados turísticos tenemos que más de la mitad de los comercios de las calles examinadas responden al proceso de terciarización del barrio de estudio y derivan en cubrir la demanda de los habitantes de clase media que llegaron al barrio después del año 2000, así como de los visitantes de otras zonas de la ciudad y los turistas.

En contraste, el 21% pertenece a comercios tradicionales que mayoritariamente atienden a la población que ha permanecido en el Casc Antic a pesar del proceso de gentrificación. De esta manera, se evidencia que existe una tendencia a la baja en su presencia, sobre todo porque son llevados por personas mayores que están próximas a jubilarse, así como a la finalización del régimen de los alquileres congelados que implican la llegada del mercado libre o a los movimientos residenciales de muchos de sus vecinos habituales que han muerto o se han marchado del barrio. El resto corresponde a equipamientos, mini supermercados y locales étnicos. Estos últimos hacen notar que los flujos de la población inmigrante de países con bajo PIB *per cápita* han disminuido progresivamente en el Casc Antic como indicaron varios entrevistados. Los locales comerciales en los que éstos satisfacían sus demandas básicas de consumo también cerraron a la par de la disminución de población de países europeos.

Cabe resaltar que el 16% de los establecimientos se encontraba sin actividad. Esta es una cifra muy alta y representativa de la crisis económica. Las cifras oficiales señalan que en Ciutat Vella sólo el 8 % de los negocios están vacíos<sup>7</sup>, datos que contrastan con el levantamiento realizado.

### La gentrificación de las calles del Casc Antic

La información del censo puede arrojar más datos si son examinados con mayor detalle, como puede ser a partir de las calles en las que se realizó el levantamiento. Con este ejercicio es posible entender las dinámicas y el estado en el que se encuentra cada una de éstas. En la tabla de la página siguiente se presentan los datos desagregados del censo comercial del Casc Antic.

Entre los datos más reveladores se halla que 5 calles (Rec, Portal Nou, Flassaders, Passeig del Born y Argenteria) del total cuentan mayoritariamente con establecimientos caracterizados por la gentrificación. Mientras que 3 calles (San Pere Mes Alt, Portal Nou y Carders) cuentan con una importante presencia de establecimientos de tipo tradicional, incluso en la última son mayoritarios. Por otro lado, 2 calles (Passeig del Born y Argenteria) tienen mayor cantidad de establecimientos turísticos. Igual número de calles cuenta con relevantes cifras de locales de tipo étnico y las calles más gentrificadas tienen total presencia de este tipo de comercio. Finalmente, en 2 calles (Sant Pere Més Alt y Portal Nou) se hallan importantes cifras de locales vacíos.

---

<sup>7</sup> “Un informe revela que sólo un 12% de los locales de Barcelona están cerrados”, *El Periódico*. 15 de mayo de 2013.

Tipo de comercio/Calle	Sant Pere Més Alt	Rec	Portal Nou	Flassaders	Passeig del Born	Argenteria	Carders
Gentrificados	13	66	31	69	68	44	26
Tradicionales	32	7	28	13	5	16	37
Globalizados- Turísticos	6	9	0	0	15	37	6
Étnicos	2	2	6	0	0	0	13
Mini súper mercados	4	0	8	3	3	2	9
Equipamientos	8	5	3	6	0	0	2
Vacíos	35	11	25	9	10	0	7
Total	100	100	100	100	100	100	100

Censo comercial del Casc Antic, según calle. 2013

Fuente: elaboración propia en base al censo comercial efectuado en 2012

El detalle de las tendencias comerciales de cada calle se representa en la siguiente imagen.



Tendencias de agrupación comercial en el Casc Antic, 2013

Fuente: elaboración propia con base en el censo comercial elaborado durante el otoño de 2012.

a. Carrer Sant Pere Més Alt: los efectos de la crisis económica

Carrer Sant Pere Més Alt es una calle con legado industrial, allí se ubicaron fábricas y talleres textiles importantes. Artigues et al. (2013) documentaron 17 fincas que funcionaron en la calle como edificios industriales, destacando el Pasaje Sert que albergó una fábrica con el mismo nombre. A lo largo de los años esta actividad se mantuvo parcialmente, al menos el 31 % de los locales actualmente se dedica a la venta de ropa y textiles al por mayor.



Locales vacíos. Carrer Sant Pere Més Alt. 2013  
Fotografía: Adrián Hernández

Comercio de carrer Sant Pere Més Alt

Se aprecia la transformación urbana de usos comerciales debido a que el 33% de sus locales se encuentran cerrados, en alquiler, venta o simplemente se desconoce su estatus. Cabe mencionar que una gran cantidad de ellos se dedicaba al comercio de textiles. Este hecho se hace evidente en sus fachadas en las que aún pueden apreciarse letreros con los servicios y productos que ofrecían, suponiendo que estos locales no se han alquilado desde que cerraron sus puertas. Dicha situación produce una percepción de decadencia comercial y genera un cierto paisaje de abandono, lo cual puede ser resultado de la crisis económica que hace difícil emprender nuevos negocios. A ello se agrega el deterioro de algunos edificios contiguos al Palau de la Música a causa del litigio que se sigue en la antigua escuela La Salle, en donde se iba a construir un hotel y que actualmente se encuentra detenido por un juicio de corrupción<sup>8</sup>. Por lo que los edificios colindantes con el Palau se encuentran prácticamente abandonados y hasta la primavera de 2012 estaban cubiertos con mallas plásticas.

Los elementos del menoscabo en la calle llaman la atención. Únicamente se aprecia un dinamismo comercial en la zona del *Palau de la Música* que es uno de los recintos más

---

<sup>8</sup> Se conoce como el *caso del Hotel del Palau*. Para más información véase <http://www.sosicascantic.cat/arxiu/palau-de-la-m-sica>

visitados por los turistas en Barcelona. En su área de influencia se ubican sobre todo comercios vinculados con el turismo como tiendas de *souvenirs*, heladerías, bares y franquicias de productos baratos. No obstante, la ruta de los turistas se queda en la zona del Palau y no transitan hacia la Plaza de Sant Pere. Esto explica en parte la razón de los locales vacíos.

Cerca del Palau se hallan algunos bares gentrificados que son atractivos para gente joven y turistas. También se encuentran establecimientos típicos de la gentrificación como una galería de arte, una tienda-taller de instrumentos musicales que funciona como centro cultural, una librería especializada y tiendas de productos *vintage*<sup>9</sup>.

#### b. Carrer Rec: la boutiqueización del Casc Antic

Rec fue la acequia histórica de la ciudad de Barcelona. Ahora ya cambió el agua por comercios selectos. Esta calle forma un eje de gentrificación que atraviesa el barrio de norte a sur, en continuidad con la calle Tantarantana, Plaça de San Agustín Vell y Portal Nou. Es una de las calles que ha sufrido las mayores transformaciones a través del proceso de gentrificación que experimenta el Casc Antic y representa claramente el tránsito de la botiga a la *boutique*<sup>10</sup>. Asimismo, se cruza con el Passeig del Born, otra vía altamente gentrificada, lo cual puede considerarse un nodo de la gentrificación.

La calle Rec estaba llena de comercios tradicionales y prácticamente no queda ninguno. Han proliferado boutiques, locales de venta de ropa y artículos de diseño. El 66% de sus locales corresponde a la tipología de negocios gentrificados, de los cuales el 32% pertenece a establecimientos de ropa; el 18% a comida; y el 9% a bares. El resto lo ocupan tiendas variadas de muebles y artículos de diseño, ópticas de moda y una galería de arte.



Comercio gentrificado. Carrer del Rec. 2013  
Fotografía: Adrián Hernández

Comercio de carrer Rec

<sup>9</sup> Objetos con una antigüedad que se vuelven preciados. También se usa para designar artículos nuevos inspirados en modas anteriores, dándose a llamar también *estilo retro*.

<sup>10</sup> Palabra francesa que se utiliza para designar pequeñas tiendas especializadas en artículos de lujo.

Si a los locales gentrificados se agrega el 9% de los negocios turísticos globalizados se llega a la suma del 70% de la oferta comercial de esta calle, lo cual muestra la actual vocación de consumo en el barrio.

Llama la atención la presencia de locales vacíos. Del total del levantamiento el 7% no contenía alguna actividad o se encontraba en alquiler. Se trataba sobre todo de bares antiguos que no resistieron los efectos de la crisis. Paradójicamente, en esta calle se ubican dos entes antagónicos del proceso de gentrificación: la asociación de comerciantes Born Comerç, que últimamente impulsa el proceso de gentrificación y vende el barrio como imagen de marca, y la Associació de Veïns del Casc Antic, la que lucha contra la elitización del mismo.

### *c. Carrer Portal Nou: el momento decisivo*

Es una calle que proviene del siglo XIII y tiene una importancia singular porque fue una de las puertas de la ciudad en la muralla medieval (Vanesa Camarasa, 2002). Está pasando por mutaciones relevantes debido a que se encuentra en el punto álgido del proceso de gentrificación puesto que existe aproximadamente la misma cantidad de comercios en tres rubros. El primer segmento corresponde a los gentrificados, otra parte concierne a comercios tradicionales y el resto están vacíos.

Entre los comercios gentrificados existe una presencia importante de nuevos locales vinculados a la cultura, como galerías de arte, venta de artículos para pintura y talleres artesanales de joyería. También hay algunos bares y restaurantes que atraen a los nuevos habitantes del barrio, así como a personas de otras partes de la ciudad.



Comercio gentrificado, carrer Portal Nou, 2013  
Fotografía: Adrián Hernández

Comercio de carrer Portal Nou

Los locales que albergan giros comerciales tradicionales responden a oficios como albañilería, cerrajería y carpintería que paulatinamente han ido desapareciendo porque son regentados por personas mayores que están próximas a jubilarse. De ello hay muestras ya que gran cantidad de los establecimientos sin actividad comercial correspondían a actividades de este tipo.

Hay dos establecimientos con comercios étnicos: un bar de personas originarias del Magreb y una peluquería de dominicanos. Ambos orígenes mantienen una importante presencia en la zona de estudio. Estos locales funcionan como espacios de encuentro y socialización de comunidades.

#### *d. Carrer Flassaders: el triunfo de la gentrificación*

La calle que aglutinaba al gremio de los manteros es estrecha y pequeña. Tiene aproximadamente 150 metros de largo y 3 metros de ancho. Es una de las vías que presenta mayor gentrificación comercial del Casc Antic. Podríamos decir que es el modelo de calle gentrificada que caracteriza a La Ribera. Al igual que Sant Pere Més Alt, es una zona que albergaba fábricas y recintos industriales. Artigues et al. (2013) mencionan la presencia de la antigua factoría de monedas La Seca y de caramelos Dulces Mauri. Cabe resaltar que ahora la primera ha sido reconvertida en un centro cultural donde se llevan a cabo representaciones teatrales y en la segunda hay un restaurante vegetariano.

En una nota periodística del año 2004 se recoge el testimonio de Emilia Cota, entonces presidenta de la desaparecida *Plataforma de Entidades de la Ribera*:

Hace 40 años estaban instalados aquí algunos talleres de carpintería, Dulces Mauri y la Casa de la Moneda [...] Ahora, en pocos meses se han inaugurado más de 20 tiendas.

Otra persona arguyó:

Se han ido los carpinteros, los lampistas, los albañiles, sólo queda uno de los tres bares que habían en Flassaders<sup>11</sup>.

Los dos testimonios muestran cómo a partir del año 2000 y en poco tiempo se transformó la calle Flassaders y la manera en la que los locales que estaban vacíos fueron alquilados por nuevos usos y comerciantes pioneros que veían posibilidades de obtener rentabilidad. Casi 10 años después, varias de las tiendas que se mencionan en la nota periodística y el mismo bar desaparecieron y fueron sustituidas por nuevos establecimientos. En 2013 en dicha calle se contabilizaron 27 locales comerciales, de los cuales el 44% corresponde a establecimientos de venta de ropa, mayoritariamente de marcas exclusivas de diseñador y tiendas multimarca. El 22% corresponde a locales restaurados que van desde bares con terraza hasta restaurantes. Resulta interesante notar que se hallan dos joyerías, las cuales cuentan con piezas exclusivas de países como India y cuyos productos se dirigen a sectores económicamente medios y altos. Los comerciantes de la calle con los que se pudo hablar

<sup>11</sup> "Flassaders, de norte a sur", *El País*, Ana Pantaleoni, 4 de enero de 2004.

mencionaron que actualmente sus clientes son clases medias barcelonesas, pero sobre todo el *turismo selecto y educado*.



Comercio gentrificado. Carrer Flassaders. 2013  
Fotografía: Adrián Hernández

Comercio de carrer Flassaders

Parte del éxito comercial de Flassaders puede atribuirse a la apertura de tres centros culturales relevantes que atraen a la clase creativa del barrio: el teatro La Seca que se ubica en una antigua fábrica que presenta obras contemporáneas; el Centro de Documentación del Museo Picasso que está dedicado a especialistas y personas interesadas en la obra del pintor; y el Café de la Princesa que funcionó como galería, tienda y restaurante, reabierto recientemente como el Mercado de la Princesa<sup>12</sup> que mezcla actividades culturales con la oferta gastronómica *gourmet*, emulando al mercado de San Miguel de Madrid.

#### *e. Passeig del Born: el emblema de la gentrificación*

Por su valor patrimonial, el Passeig del Born es de los lugares emblemáticos del Casc Antic. Actualmente cuenta con un dinamismo comercial y de consumo de suma relevancia que evidencia la gentrificación. El 68% de sus locales son gentrificados, de los cuales el 30% corresponde a la restauración, el 26% a establecimientos textiles y el 19% a bares. Estos datos indican que este paseo se erige como un espacio de ocio y gastronomía. Asimismo,

---

<sup>12</sup> Es propiedad del artista Justo Almendros, quien compró la propiedad en 1998 para instalar un taller, situación que no ocurrió. "Mercat Princesa", *ABC*, 23 de febrero de 2013.

existe una amplia oferta de recreación nocturna a través de bares de moda que ofrecen música en directo.



Comercio gentrificado. Passeig del Born. 2015  
Fotografía: Adrián Hernández

Comercio del Passeig del Born

En este sentido, es posible afirmar que existe una oferta importante para el consumo del turismo. Casi el 10% de sus establecimientos están dirigidos a este sector, específicamente nos referimos a tiendas de recuerdos, franquicias de helados y comida rápida o para llevar.

Resulta importante resaltar que al menos el 10% de los locales del paseo se encuentran vacíos. La mayoría solían ser bares que cerraron sus puertas y que hasta el momento no han sido reabiertos. A pesar de ser una zona rentable económicamente, esta situación refleja la etapa de la actual crisis económica.

#### *f. Carrer Argenteria: el comercio turístico*

La antigua calle que albergaba al oficio de los plateros se ha convertido en una de las más transitadas del Casc Antic. Carrer Argenteria funciona actualmente como entrada al barrio. Sobre todo, resulta una vía importante porque desemboca en la Iglesia de Santa María del Mar, la cual a partir de los años ochenta fue impulsada como atractivo turístico, impulsando el emplazamiento de una gran cantidad de establecimientos turísticos. Del total de negocios, el 37% corresponde al giro turístico. Son locales que comprenden desde alquiler de bicicletas, venta de *souvenirs*, comida para llevar y sitios para comer tapas.



Comercio gentrificado. Carrer de l'Argenteria. 2013  
Fotografía: Adrián Hernández

#### Comercio de carrer Argenteria

El registro permitió identificar que el 44% de los establecimientos corresponden a negocios gentrificados, lo cual no resulta evidente puesto que en principio parece que priman los negocios enfocados al turismo. No existe una tendencia clara sobre algún ramo comercial que domine la calle, ya que se encuentran restaurantes, boutiques de ropa, joyerías y tiendas especializadas en productos cosméticos y monopatines, así como en variedades de café y tés del mundo.

A pesar de la tendencia descrita, llama la atención la presencia de comercio tradicional que representa el 16%, hablamos de estancos, ferreterías, materiales eléctricos, panaderías y bares que frecuenta la población local, sobre todo personas mayores.

#### *g. Carrer Carders: entre la avanzada de la gentrificación y el comercio tradicional*

Carders atraviesa el Casc Antic de Poniente a Oriente y tiene predominancia del comercio tradicional. Es un hecho relevante porque en ninguna otra calle analizada se había presentado dicho fenómeno. El 37% de sus comercios corresponde a este tipo y se pueden encontrar pollerías, panaderías, tiendas de ropa, peluquerías, mueblerías, bares y bodegas de vino. Generalmente, todos estos comercios están atendidos por gente mayor y la oferta está dirigida a este grupo de edad.

En tanto, los comercios gentrificados representan el 26 %. Resulta interesante notar que éstos se localizan cerca de la Plaza de San Cugat del Rec que fue reformada junto con varios de sus edificios aledaños. Allí los restaurantes han aprovechado el espacio para instalar terrazas que resultan atractivas para las personas del barrio y los visitantes. Asimismo, existen peluquerías, tiendas de ropa y de artículos de diseño.



Comercio tradicional. Carrer Carders. 2013  
Fotografía: Adrián Hernández

#### Comercio de carrer Carders

En Carders los negocios étnicos representan el 13% del total, un número significativo en comparación con el resto de las calles analizadas. Se encuentran sobre todo panaderías, carnicerías y restaurantes regentados y llevados por personas de origen musulmán, peluquerías de y para marroquíes, así como bazares de chinos. Esto es muestra de la presencia de población extracomunitaria en el barrio. Dichos locales se emplazan en la zona colindante con la Plaza de San Agustín Vell donde hay una presencia mayoritaria de residentes de estas procedencias<sup>13</sup>.

### Gentrificación comercial y posturas divergentes en el Casc Antic

La transformación comercial del Casc Antic influye al generar una presión de desplazamiento para los antiguos habitantes del barrio que generalmente son personas mayores que se encuentran jubiladas. Estos factores son decisivos a la hora de vivir la mutación de su barrio, el cual no sólo cambia morfológicamente sino también demográficamente, como ya se demostró en otro apartado. Además, los comercios en los que se abastecían los antiguos vecinos desaparecieron y surgieron nuevos establecimientos en los que se vieron imposibilitados a comprar por el aumento de precio de los productos.

<sup>13</sup> Durante la primavera de 2013 el bar que frecuentaban las personas musulmanas fue cerrado, con lo cual éstas dejaron de hacerse visibles en la Plaça de San Agustín Vell. En su lugar se abrió otro bar de carácter gentrificador.

La situación del Casc Antic se vivió desde una sensación de despojo y exclusión. Al respecto se presenta un fragmento de una entrevista:

El barrio es ahora muy elitista, hay tiendas diseño y ropa italiana. El barrio se ha quedado abandonado [...] En el barrio estamos en contra porque todo se ha encarecido. Lo que pasa es que la gente mayor se ha ido marchando o los han ido echando. Llega gente, mucho arrendando a gente de nivel. A la gente mayor le están complicando la vida, es un poco lo que hacen a la gente de Barceloneta, les complican la vida para que se larguen. (Armando. 65 años, jubilado. Toda su vida residiendo en el barrio).

En la narrativa se muestra la forma en que se produce una sensación de pérdida del *sentido de lugar* que incentiva la evacuación de las clases vulnerables, como muestran Slater (2009) o Jean Authier (2007). Además, se hace patente lo que se puede llamar el desplazamiento simbólico que se agudiza con la existencia de prácticas de acoso y violencia inmobiliaria, sobre todo para los ancianos que se encuentran en una situación de fragilidad.

Algunos habitantes que han llegado al barrio, pero que tienen una perspectiva crítica del proceso de gentrificación, se expresan de una manera parecida a la de los antiguos habitantes respecto a la gentrificación comercial:

Yo no tengo problemas para subsistir, pero no podría comprar ropa regularmente u otros productos en este tipo de tiendas [...] Básicamente te estoy hablando de tiendas de precio no asequible para toda la población. (Mikel. 36 años, empleado. 5 años de residencia en el barrio).

El entrevistado refuerza el argumento de que el consumo en las boutiques es selectivo y que los jubilados y los sectores de clase media en situaciones económicas complicadas tienden a ser excluidos en el consumo. Este tipo de personas coinciden con lo que en un trabajo sobre ciudades francesas se nombró *adultos jóvenes precarios*, quienes están marginados por su frágil situación económica. Por esta razón no asisten a los *bares modernos*, a *los restaurantes de moda* ni a las tiendas de decoración porque les son económicamente inaccesibles. A pesar de esto mantienen vínculos afectivos intensos con su barrio (Authier, 2007). Volviendo al caso de estudio, los sectores medios y altos son los que tienen la capacidad económica para adquirir los productos y servicios que se ofrecen en los comercios gentrificados del Casc Antic, como ya lo habían señalado los propios comerciantes.

En contraste con el entrevistado anterior, existe otro tipo de habitantes con mayor capacidad económica quienes declaran que sí pueden o gustan de comprar en los nuevos establecimientos.

En el Born, allí sí que hay tiendas muy exclusivas, muy *fashion*. En el Born hay un tipo de tienda muy concreta de diseñadores y me doy vueltas por allí para ver si encuentro algo. (Rosa. 32 años, arquitecta. 5 años de residencia en el barrio).

Desde un primer nivel de análisis estamos ante un tema de ingresos económicos, pues de éstos depende la capacidad de compra y la posibilidad de asistir a los nuevos comercios

gentrificados. Sin embargo, también influyen los estilos de vida y la postura política sobre el proceso de gentrificación que podrían limitar el consumo en estos lugares.

En este escenario complejo falta determinar el posible efecto que tendrá la modificación del *Plan especial de establecimientos de concurrencia pública, hostelería y otras actividades del Distrito de Ciutat Vella* (Plan de usos) aprobada por el pleno del Ayuntamiento en el verano de 2013. La nueva regulación suprime las restricciones del Plan de 2010 impulsado por el gobierno socialista, liberalizando la apertura de hoteles, restaurantes y bares; únicamente se limita la densidad de locutorios y mini supermercados administrados generalmente por población extracomunitaria. Si continúa la tendencia experimentada esto podría repercutir en el aumento de establecimientos gentrificados y turísticos en el Casc Antic.

## Reflexiones finales

La gentrificación, en combinación con el envejecimiento de la población y las dinámicas del mercado inmobiliario, resultan fundamentales para entender la transformación de las dinámicas comerciales del Casc Antic. El pequeño comercio de proximidad se extingue progresivamente a causa de la jubilación de los dependientes, la falta de relevo generacional de los establecimientos, el cambio de patrones de consumo por las mutaciones demográficas y la liberalización del mercado inmobiliario a través de la Ley de Arrendamientos Urbanos. En el lugar que ocupaban los antiguos negocios se han establecido tiendas de diseño, boutiques, galerías, establecimientos de alimentos ecológicos y gourmet, bares, restaurantes y franquicias. El surgimiento de este tipo de negocios no es más que el resultado de las nuevas dinámicas urbanas en el Casc Antic que se encuentran entre la gentrificación y la turistificación, propias del urbanismo neoliberal que rige en la actualidad.

La forma en la cual se gentrificó al Casc Antic desde una perspectiva comercial corresponde a dos etapas. Primero a la reforma que ocurrió en el mercado de Santa Caterina que comenzó en 1997 y concluyó en 2005 con su inauguración. La segunda etapa puede comenzar a contemplarse a partir de entonces hasta la actualidad, en la cual se acelera la transformación comercial que ya venía experimentando la zona de estudio. El mercado de Santa Caterina produjo un efecto que favoreció las condiciones para intensificar la apertura de locales y la metamorfosis de los negocios de proximidad. La muestra se halla en los resultados del censo comercial que se presentó en el que se observa que en la actualidad existen mayoritariamente establecimientos gentrificados y turísticos mientras que los locales tradicionales están tendiendo a desaparecer. La gentrificación comercial acompaña a la gentrificación residencial, implicando que los barrios se transfiguren y adquieran nuevas fisonomías estéticas y sociales, implicando que se imponga la lógica mercantil sobre el beneficio común. Por lo tanto, los vecinos antiguos y de bajos recursos de la zona de estudio viven la transformación como un despojo debido a que se ven imposibilitados a seguir con su cotidianeidad por el cierre de locales a los que acudían y por no sentirse identificados con la nueva tipología comercial. Este hecho incentiva el desplazamiento de

los pobladores más antiguos y desfavorecidos, mientras que una parte de los nuevos habitantes disfruta de la nueva fisonomía de locales que se adecua con su estilo de vida y capacidad económica para disfrutarlo.

## Bibliografía

- Authier, Jean (2007). Relaciones con los comercios y modos de habitar. Los barrios centrales gentrificados en Francia. *Alteridades*, 33, 9-20.
- Camarasa, Vanesa (2002). *Carrer del Portal Nou*, Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- Díaz, Ibán (2013). La gentrificación en la cambiante estructura socioespacial de la ciudad. *Biblio 3W. Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*, Vol. XVIII, nº 1030. <http://www.ub.es/geocrit/b3w-1030.htm>
- García, Luz; Smith, Neil, y Mejías, Miguel (2007). Gentrification, displacement, and tourism in Santa Cruz de Tenerife. *Urban Geography*, 3, 276–298.
- González, Sara, y Waley, Paul (2012). Traditional Retail Markets: The New Gentrification Frontier? *Antipode*, 45, 965-983.
- Hackeworth, Jason, y Smith, Neil (2001). The changing state of gentrification. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 4, 464-477.
- Hernández, Adrián (2015). *En transformación... Gentrificación en el Casc Antic de Barcelona*. Tesis de doctorado, UAB.
- Hernández, Adrián (2014). Gentrificación comercial y mercados públicos: El Mercado de Santa Caterina, Barcelona. *Working Paper Series Contested Cities*. <http://contested-cities.net/working-papers/2014/gentrificacion-comercial-y-mercados-publicos-el-mercado-de-santa-caterina-barcelona/>
- Janoschka, Michael; Seguera, Jorge, y Salinas, Luis (2013). Gentrification in Spain and Latin America: a critical dialogue. *International Journal of Urban and Regional Research*, 4, 1234-1265.
- Massey, Joanne (2005). The gentrification of consumption: A view from Manchester. *Sociological Research Online*, 10. <http://www.socresonline.org.uk/10/2/massey1.html>.
- Featherstone, Mike (1992). Postmodernism and aestheticization of everyday life. En Scott Lash y Jonathan Friedman (eds.), *Modernity and identity* (pp. 265-290). Oxford y Cambridge: Blackwell.
- Medina, Xavier y Álvarez, Marcelo (2009). El lugar por donde pasa la vida... Los mercados y las demandas urbanas contemporáneas: Barcelona y Buenos Aires. En: Xavier Medina, Ricardo Ávila e Igor De Garine (coords.), *Alimentación, imaginarios y fronteras culturales. Ensayos en honor a Helen Macbeth* (pp. 183-202). Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Pascual, Nuria, y Ribera, Ramón (2009). Retail gentrification in Ciutat Vella, Barcelona. En: Libby Porter y Kate Shaw (eds.), *Whose urban renaissance? An international comparison of urban regeneration strategies* (pp. 180-190). Londres: Routledge
- Slater, Tom (2011). Gentrification of the city. En Gary Bridge y Sohpie Watsons (eds.), *The new companion to the city* (pp. 571-585). Oxford: Blackwell.
- Slater, Tom (2009). Missing Marcuse: On gentrification and displacement. *City*, 2, 293-311.
- Smith, Neil (1996). *The new urban frontier. Gentrification and the revanchist city*. Londres: Routledge.

Zukin, Sharon; Trujillo, Valerie; Frase, Peter; Jackson, Danielle; Recuber, Tim, y Walker, Abraham (2009). New retail capital and neighborhood change: boutiques and gentrification in New York City. *City & Community*, 8, 47-64.

### Historia editorial

**Recibido:** 20/11/2015

**Aceptado:** 4/4/2016

**Publicado:** 4/5/2016

### Formato de citación

Hernández, Adrián (2016). De la botiga a la boutique: gentrificación comercial en el Casc Antic de Barcelona. *URBS. Revista de Estudios Urbanos y Ciencias Sociales*, 6(1), 79-99. [http://www2.ual.es/urbs/index.php/urbs/article/view/hernandez\\_adrian](http://www2.ual.es/urbs/index.php/urbs/article/view/hernandez_adrian)



Los textos publicados en esta revista están sujetos –si no se indica lo contrario– a una licencia de [Atribución CC 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/). Usted debe reconocer el crédito de la obra de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede compartir y adaptar la obra para cualquier propósito, incluso comercialmente. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace. No hay restricciones adicionales. Usted no puede aplicar términos legales ni medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros hacer cualquier uso permitido por la licencia.

