

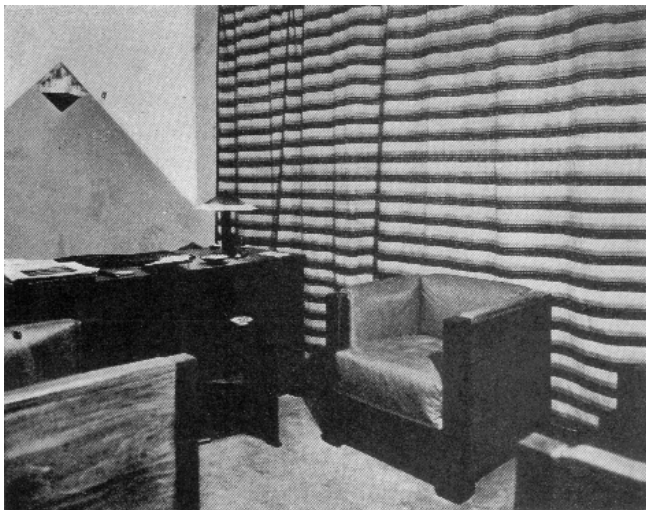


# Lámparas, sillas y letras

La imagen publicitaria de la Nueva Arquitectura en España

Francisco Javier Muñoz

Licenciado en Historia del Arte



Interior de la tienda de automóviles Euskalduna

## Introducción

En 1931 Ramón Gómez de la Serna, uno de los principales difusores de las vanguardias en España, publicó el libro *Ismos*. En él recopiló algunas de las nuevas formas de arte y literatura, y al referirse a las últimas tendencias decorativas y arquitectónicas, que englobó bajo el epígrafe de “Luminismo”, se centró en un elemento aparentemente tan secundario como las lámparas.

*No hemos cambiado de luz - escribía- ; pero como no podían continuar las mismas lámparas ya que la moda es placable, se ha cambiado la forma de las tulipas.*

*El cubismo, ha influido en una cosa más y ha envuelto a las luces, cubriéndolas con alas de avión, encerrándolas en cubos y poliedros, cortados por cuchillos de cristal.*

*Las nuevas lámparas lo renuevan todo.*

*El mundo está lleno de ellas, y ya no se inventa un café por ahí lejos que no tenga la luz en los cucuruchos rotos, retorcidos y reprismáticos de las nuevas lámparas <sup>1</sup>.*

Precisamente estas lámparas son las que aparecen en la tienda de Automóviles "Euskalduna" que Rafael Bergamín realizó en Madrid en 1927. Tal y como señala Gómez de la Serna, este tipo de establecimientos comerciales, y su decoración de interior, fueron las que posibi-

litaron la asimilación de un nuevo lenguaje acorde con las formas cubistas<sup>2</sup>, ya que fue más fácil asimilar renovaciones en elementos accesorios que en grandes proyectos arquitectónicos<sup>3</sup>. Por lo que los establecimientos comerciales y las nuevas propuestas de organizar y decorar los espacios interiores, desaparecidos en su mayor parte, se convirtieron en los escaparates de una nueva estética que, de manera igualmente tímida, se estaba desarrollando en la arquitectura<sup>4</sup>. Estos escaparates intentaron difundir un nuevo gusto que tenía que entrar por los ojos, y para ello se empleó no sólo un nuevo mobiliaje, sino que también una nueva tipografía.

La industria del mueble y la decoración, gracias al importante soporte visual de la prensa escrita de la época, se convirtieron así en la imagen publicitaria de la nueva arquitectura, a la vez que fueron una de las vías de introducción del racionalismo en España.

### **El cartel que grita al público**

Los comerciantes, necesitados de vender una nueva imagen, buscaron en el racionalismo procedimientos para rejuvenecer sus tiendas, creando una arquitectura viva, de formas sencillas y claras, organizadas en base a nuevos materiales como la metalistería o el cristal, tal y como lo podemos apreciar en el proyecto que el decorador Francisco Ferrer realizó en la tienda *Cabezón* de Madrid en 1934<sup>5</sup>. Estas formas, además de ser sinónimo de modernidad, resultaban por su novedad, un reclamo para el especta-

dor<sup>6</sup>. De hecho, la función de los establecimientos comerciales, tenía que ser la de un alta voz que atrajera la atención del viandante. Las tiendas tenían que convertirse en un *anuncio viviente en la calle, en un cartel. El cartel que grita al público el auto que se vende dentro. Ya que si el vendedor no conquista al público, ¿para qué quiere la tienda?*<sup>7</sup>

Con ello se quería lograr una *arquitectura publicitaria viva*<sup>8</sup>. A esta vivacidad contribuyó la luz que además de hacer visible el producto que se quería vender, se convirtió en un reclamo añadido, especialmente a través de las luces de neón que se presentaban bajo una tipografía nueva, como la que aparece en el conocido bar *Negresco* de Madrid, diseñado por el arquitecto Jacinto Ortiz Suárez en 1934<sup>9</sup>.

La tipografía pasó a ser un elemento fundamental, casi inherente, a los nuevos establecimientos<sup>10</sup>, y así sucede no sólo en los proyectos de *Cabezón* y *Negresco* antes citados, sino que también en el *Studio* de arquitectura que los arquitectos guipuzcoanos José Manuel Aizpúrua y su colaborador Joaquín Labayen erigieron en 1928 en San Sebastián.

Asimismo, y al igual que un bar o una peluquería, el *Studio* contaba con un escaparate, del que se podía ver al arquitecto y su trabajo. Aizpúrua prescindía así del habitual despacho aislado de sus compañeros, y trabaja y expone sus productos para la sociedad, en la que quiere intervenir y a la que quiere interesar en los problemas de la nueva arquitectura.

1.- GÓMEZ DE LA SERNA, Ramón. *Ismos*, Madrid: Biblioteca Nueva, 1931, págs. 138- 139. A finales de los años veinte la casa Mainer de Valencia lanzó al mercado lámparas eléctricas con tulipas opalinas y bases cilíndricas en metal niquelado, debido al nuevo gusto y a la crisis económica, que dificultaba la venta de las costosas arañas de bronce decorativo. Molins, Patricia, "Interiores modernos: la caja y el caparazón", *Arquitectura racionalista en Valencia*, Valencia: I.V.A.M., 1998, pág.92.

2.- El mueble, siempre muy dócil a los vaivenes de la moda, es el primer reflejo de las mutaciones del gusto que se suceden, a veces con rapidez desconcertante. "Muebles modernos y tendencias retrospectivas", *Nuevas Formas*, núm. 5, Madrid, 1934, págs. 266- 277.

3.- "Jo crec (...) que el moviment vers una Arquitectura nova, en ço que té de recerca d'un estil guiat pels artistes de les arts menors de la decoració: aquests són eis que mene la punta de l'avantguardia (...) amb els petits objectes (...) el joc de l'esperit és molt més llure que amb les complexes construccions que l'arquitecte basteix." RUBIÓ i TUDURÍ, Nicolau María. *Dialectes sobre l'Arquitectura*, Barcelona: Imp. Atlés, 1927, págs. 12- 14. GUBLER, Jacques. *Nationalisme et Internationalisme dans l'Architecture Moderne de la Suisse*, Genève : Editions Archigraphie, 1988, pág. 171. JIMÉNEZ, José María. *Cuatro ensayos entorno a la arquitectura racionalista en Sevilla*, Sevilla: Universidad de Sevilla, 2001, pág. 68. JIMÉNEZ José María, "Los locales comerciales, una de las vías de introducción de la arquitectura moderna en nuestra ciudad". *Arquitectura del racionalismo en Sevilla. Inicios y continuidades*, Sevilla: F.I.D.A.S./ C.O.A.S, 2003, págs. 73- 98.

4.- Carlos Flores señaló la Casa del Marqués de Villora de Rafael Bergamín (1926- 1928), el Rincón de Goya de Fernando García Mercadal (1927), uno de los principales artifices y propagandistas del racionalismo en España, y la Gasolinera de Porto Pi de Casto Fernández Shaw (1927- 1928) como las primeras obras racionalistas, y tradicionalmente así se han considerado, a pesar de las matizaciones posteriores. No obstante, María del Valle Gómez de los Terreros y José María Jiménez Ramón destacan la importancia del no tan conocido Mercado de la Puerta de Carne en Sevilla, proyectado en 1926 por Gabriel Lupiáñez Gely y Aurelio Gómez Millán y construido entre 1927- 1929. En una fecha tan temprana como diciembre de 1926, y de forma paralela al mercado, Antonio y Aurelio Gómez Millán erigieron en Sevilla el local Auto Ibérica, que pese a su lenguaje titubeante supuso la irrupción de la estética moderna. FLORES, Carlos, "1927: Primera arquitectura moderna en España: mesa redonda con Rafael Bergamín, Fernando García Mercadal y Casto Fernández Shaw", *Hogar y Arquitectura*, número 70, Madrid, mayo-junio 1967, págs.39- 43, 44- 56. GÓMEZ DE LOS TERREROS, María del Valle. *Aurelio Gómez Millán, arquitecto*, Sevilla: Delegación de Sevilla del Colegio Oficial de Arquitectos de Andalucía Occidental, 1998, pág.31. JIMÉNEZ, José María. *La arquitectura del movimiento moderno en Sevilla. Tres aportaciones cruciales de Gabriel Lupiáñez Gely*. Sevilla, Diputación de Sevilla, 1999, págs.71-140. JIMÉNEZ, José María. "Algunas notas acerca de la arquitectura racionalista en Sevilla (1926- 1942)", *PH.*, número 28, Sevilla, septiembre 1999, págs. 80- 97.

5.- El proyecto de Ferrer acaparó la atención de las principales revistas de la época: "Una portada a base de cristal y metalistería. Proyecto y ejecución: Francisco Ferrer, dec.", *Nuevas Formas. Revista de Arquitectura y Decoración*. Año I, Número 9, Madrid, 1934. págs. 481- 482. FERRER, Francisco. "Una tienda moderna en la Avenida del Conde Peñalver", *Obras*, número 37, Madrid, abril de 1935, págs.74- 79. Los comerciantes de todas las categorías buscan en la arquitectura moderna procedimientos para rejuvenecer sus tiendas. CHUMILLAS Manuel M. "Arquitectura de hoy. Francia", *Obras*, número 32, Madrid, julio- agosto 1934, p. 261. Al servicio de las calles comerciales, se ha formado la nueva arquitectura, que aporta nuevos materiales y nuevos sistemas constructores. Nuevos factores favorecen la formación de la calle comercial: el hormigón armado, el cristal, los metales y los prodigiosos adelantos de la iluminación de estos últimos años. GIRALT, Ricard. "Las calles comerciales". *Revista del Cuerpo de Arquitectos Municipales de España*, núm.38, Barcelona, mayo de 1932, pág.75. Hoy ha sucedido el gusto por las superficies planas, por las líneas ininterrumpidas, por las vastas horizontales, por las materias bellas en sí mismas, por las luces indirectas, por los estilos de letras más simples, "Los modernos establecimientos en Barcelona", *Barcelona Atracción*, número 296, Barcelona, 1936, cfr. en: PIZZA, Antonio. *Barcelona 1929-1936. El puente incompleto dell'architettura*. Barcelona,

E.T.S.A.B. / U.P.C., 1989, Tesis Doctoral, IV, pág.11. El uso de materiales nuevos es un procedimiento habitual en años precedentes, así a finales del siglo XIX nos encontramos como algunas tiendas, necesitadas de vender una nueva imagen, incorporaron los productos de hierro fundido, generados por una nueva tecnología como imagen de lo moderno. GONZÁLEZ, Antonio. *Vivienda y ciudad. Sevilla 1849- 1929*. Sevilla: Ayuntamiento de Sevilla. Centro municipal de documentación histórica, 1985, pág.121.

6.- Las ideas "nuevas" en la proyección de bares nuevos son de un interés vital. Son estas innovaciones las que atraen al público y deben ser, por tanto, primordial preocupación del proyectista. El convertir este interés temporal de lo nuevo, en permanente, queda al estudio y cuidado del propietario del local, que en este fin debe emplear todo su arte, Morand, Dexter, "Bares y restaurantes en Norteamérica". *Obras*, número 29, Madrid, abril 1934, págs.138- 139.

7.- BERGAMÍN, Rafael. "La tienda de automóviles 'Euskalduna' por el arquitecto Rafael Bergamín". *Arquitectura*, número 99, Madrid, julio 1927, pág. 261. GUTIÉRREZ SOTO, Luis. "Bares y cafés", *Obras*, número 16, Madrid, febrero 1933, pág. 68. MOYA, Luis. "Cafés y cafeterías". *La obras de Luis Gutiérrez Soto*, Madrid: C.O.A.M. Comisión de Cultura, 1982, págs. 357- 370. Creemos que las normas recientes de decoración tienen la virtud esencial de atraer por su novedad al comprador, "Decoración moderna. Instalación de un estanco en la Puerta del Sol, 6, Madrid. Decoradores: Alonso y Peinador". *Cortijos y Rascacielos*, número 5, Madrid, otoño 1935, pág. 192. Incluso también se hace referencia a técnicas de escaparatismo para atraer a los compradores: "Presentación de escaparates. Un arte nuevo", *Nuevas Formas*, número 9, Madrid, 1934, pág.496.

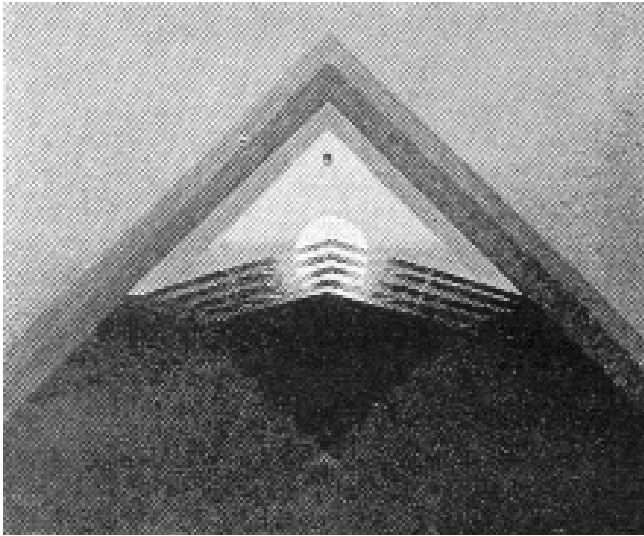
8.-Chumillas, Manuel M., "Arquitectura de hoy. Francia", *opus cit.*, p. 261.

9.- Durante estos años tuvo lugar el período heroico de la tipografía moderna, prueba de ello son los experimentos tipográficos de Herbert Bayer y su tipo "universal", el diseño racional y geométrico de la tipografía *san serif Futura* de Paul Renner y la publicación en 1928 de *Die Neue Typographie* de Jan Tschichold, considerado este último como el texto fundamental de la difusión de los nuevos conceptos de la tipografía moderna. SPENCER, Herbert. *Pioneers of Modern Typography*, Cambridge: M.I.T. Press, 1990, págs.11- 77. LUPTON, Ellen y Abbott. MILLER J. (ed.). *El ABC de la Bauhaus y la Teoría del Diseño*, Barcelona: Gustavo Gili, 1994. RENNER, Paul. *El arte de la tipografía*, Valencia: campràphic, 2000. BURKE, Christopher. *Paul Renner, maestro tipógrafo*, Valencia: campràphic, 2000. TSCHICHOLD, Jan. *La nueva tipografía*, Valencia: campràphic, 2003. PELTA, Raquel. "Un siglo de diseño gráfico en España". *Cuadernos Hispanoamericanos*, número 591, Madrid, septiembre 1999, págs. 23- 36. PELTA, Raquel. "El diseño gráfico en la II República, entre la vanguardia y el compromiso", *Grrr*, número 6, Barcelona, verano 2000, págs.29- 41. AA.VV., *Mauricio Amster tipógrafo*, Valencia: I.V.A.M., 1997. ALLARD, José Manuel, y REYES, Francisca. "Mauricio Amster, tipógrafo", *ARQ*, número 49, Santiago de Chile, 2001, págs.60- 63.

10.- El exterior o fachada es de una gran sencillez: lleva como único elemento decorativo dos letreros: uno blanco, destacándose sobre el fondo gris general de la fachada, y otro, vertical, en negro. Arniches, Carlos y Domínguez, Martín, "Tiendas Nuevas en Madrid. La camisería de lujo 'Regent', *Arquitectura*, número 99, Madrid, julio 1927, pág.256. Los arquitectos publicaron así mismo diferentes proyectos en el periódico madrileño *El Sol* durante el año 1927, convirtiéndose así en uno de los arquitectos más destacados en la decoración y remodelación de interiores de la época.

11.- FERRER, Francisco. "Una tienda moderna en la Avenida del Conde de Peñalver", *Obras*, número 37, Madrid, abril 1935, págs. 74- 79. Son numerosos los arquitectos y decoradores que se dedicaron al diseño y remodelación de establecimientos comerciales, así como a su decoración interior que realizaron en base a muebles de diferentes casas de decoración o proyectos propios. En algunas de estas propuestas el color tuvo también un papel importante no sólo como reclamo sino como elemento compositivo, sirva de ejemplo el: *Cuaderno de dibujos de José Manuel Aizpúrua Azqueta*. Edición facsímil, Madrid: Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, 2004.

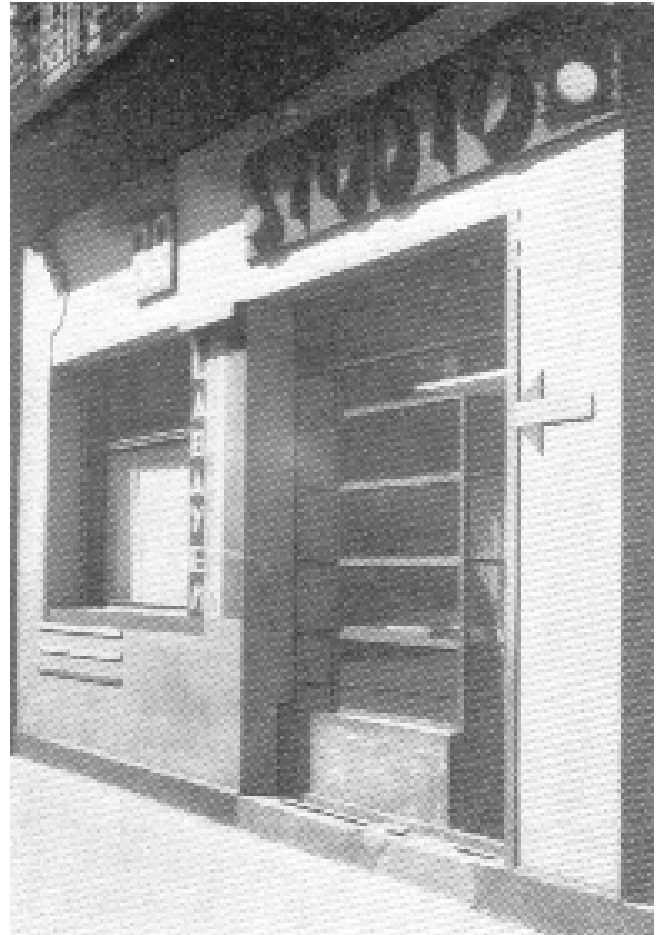
12.- Aizpúrua, José Manuel, "¿Cuándo habrá arquitectura?". *La Gaceta Literaria*, número 77, Madrid, 1 de marzo de 1930, pág.9.



Lámpara para la tienda de automóviles Euskalduna. Rafael Bergamín. Madrid. 1927

La presencia de una nueva estética en base a nuevas formas y materiales, o el nuevo uso de colores, letras y luces que está presente en el *Studio* de arquitectura y en otros establecimientos comerciales de la época, contribuyó a la difusión y a la asimilación del racionalismo<sup>11</sup>. Las tiendas, los bares, las farmacias... se convirtieron así en el cartel publicitario de un nuevo modo de entender la arquitectura, no sólo en su aspecto exterior sino que también en el aspecto interior. Una labor a la que Aizpúrua, a diferencia de algunos de compañeros de profesión, otorgó gran importancia:

*Los profesionales miran con compasión a unos cuantos compañeros, porque se preocupan de cosas que ellos creen pequeñas; "ése es un arquitecto decorador". Yo les llamo "arquitectos prácticos", porque el señor que hace un mueble para cumplir un fin, y lo pone en un espacio a medida, espacio que responde a otro fin, la reunión de estos elementos me dará un conjunto capaz para lo que se pensó*<sup>12</sup>.



Studio de Arquitectura. José Manuel Aizpúrua y Joaquín Labayen. San Sebastián. 1928.

13.- Hay que actuar como se hace en todas las actividades contemporáneas, a base de propaganda, que ayuda, entrado por los ojos y el tacto, a comprender y a percatarse de las ventajas enormes de los nuevos materiales y elementos fabricados por la industria y da a conocer inmediatamente cualquier novedad interesante. ["Exposición permanente que el Grupo Este del GATEPAC ha inaugurado en Barcelona", A.C., número 2, Barcelona. Madrid. San Sebastián, segundo trimestre de 1931, pág.13. ] El GATEPAC (Grupo de Arquitectos y Técnicos Españoles para el Progreso de la Arquitectura Contemporánea), que tuvo una especial relevancia en la difusión y el desarrollo de la nueva arquitectura, surgió tras la Exposición de Arquitectura y Pintura Modernas que se celebró en San Sebastián en 1930. La exposición fue el escaparate de los proyectos que el GATCPAC (Grup Català d'Arquitectes i Tècnics per la Solució de Problems de l'Arquitectura Contemporànea) presentó en Barcelona en 1929, así como los de los principales arquitectos racionalistas de la época, como Fernando García Mercadal o el donostiarra José Manuel Aizpúrua que fue el organizador de la exposición.

14.- Tanto los armarios como las mesas están estudiados bajo el punto de vista de la construcción en serie. "Exposición permanente que el Grupo Este del GATEPAC ha inaugurado en Barcelona", opus cit., pág.17. El interés del GATEPAC por la construcción en serie se repite en varios artículos de su revista: "Elementos "Standard" en la construcción", A.C., número 2, Barcelona. Madrid. San Sebastián, segundo trimestre 1931, pág. 27. "Elementos "Standard" en el mobiliario", A.C., número 3, Barcelona. Madrid. San Sebastián, segundo trimestre de 1932, pág. 21. "Mobiliario Standard tipos GATEPAC", A.C., número 8, Barcelona. Madrid San Sebastián, cuatro trimestre de 1932, págs. 26- 27.

15.- Algunas de esas propuestas aparecieron en la IV Feria de Muestras de Barcelona: "Sección de noticias. La feria de muestras de de Barcelona", A.C., número 10, Barcelona. Madrid. San Sebastián, segundo trimestre de 1933, págs. 40- 41.

16.- Hermann Heydt fue distribuidor de Thonet en Madrid, Barcelona y Sevilla, y J.J. Fenykoevi y José Capilla lo fueron en Madrid y Valencia. La más importante quizá (Thonet) y desde luego la más preocupada de una constante renovación de sus tipos, muchos de los cuales son el resultado de concursos internacionales por ella organizados. "Muebles de tiendas. Mobiliario estandarizado Thonet", *Nuevas Formas*, número 9, Madrid, 1934, pág.498.

17.- Las instalaciones de cafés, bares, tiendas, etc., estaban siempre ejecutadas, hasta hace pocos años, por los llamados decoradores, mueblistas e instaladores de tiendas. Rara vez el arquitecto tenía intervención, como no fuese para la simple misión de quitar unos pies derechos que estorbaban o unos tabiques que convenían. Actualmente la situación ha variado; la instalación de un café, un bar, una tienda, etc., es un tema tan interesante para el arquitecto, y tan arquitectónico como cualquier otro. ... es absurdo pensar que todo queda reducido a un problema de decoración. Gutiérrez Soto, Luis, "Bares y Cafés", *opus cit.*, pág. 60. Sirva de ejemplo el arquitecto Luis Feduchi, uno de los principales "arquitectos decoradores" de esta época, quien tras el éxito que tuvo con el Edificio Carrión (1931- 1933) que construyó junto con Vicente Eced, se vinculó a la firma de mobiliario Rolaco, que fue la empresa encargada de realizar los muebles y las decoraciones del Carrión. Años más tarde, en 1936 junto a su amigo Luis Santamaría, con quien ya había colaborado en ocasiones anteriores, creó la Sociedad Santamaría y Feduchi de Muebles y Decoración.

18.- "Mobiliario escolar", A.C., número 10, Barcelona. Madrid. San Sebastián, segundo trimestre de 1933, págs. 31- 33.

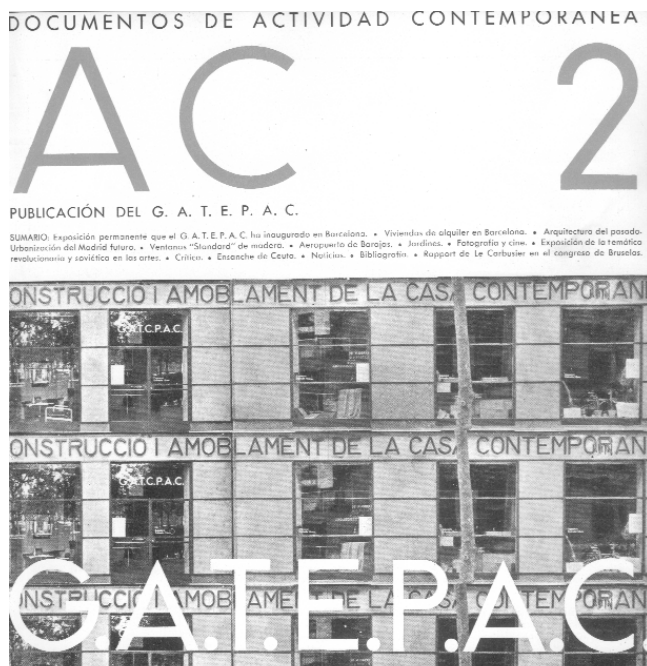
19.- "Interiores y decoración. Salones", *Obras*, número 26, Madrid, enero 1934, págs. 33- 40. Los nuevos muebles pasan por un período peligroso hacia 1926- 1930, por la excesiva difusión de ciertos elementos, como son el tubo de acero cromado y curvado y otros, el abuso de los cuales llega a dar a ciertos interiores un aspecto frío y poco humano. La obra de la máquina ha de ser lo más perfecta posible, pero sin que tenga necesariamente el espíritu de máquina, pues nuestro cuerpo necesita que los objetos con los que se está en contacto diario, tengan con él cierta afinidad. ... La moda del mueble de tubo, completada con otros elementos del mismo espíritu, marca un momento de "exaltación maquinista", y "funcional", que afortunadamente ha evolucionado. El interior de una casa de hoy, pasado este momento de funcionalismo rígido, puede ser algo vivo, personal, íntimo y alegre, contra lo equivocadamente lujoso, cargado de pretensiones y hecho para aparentar y contra lo rígido, frío y germánico. Señores académicos de lo moderno! He ahí algo perfectamente moderno en el que no encontramos los tópicos de siempre; ni sillas de tubo cromado, ni muebles demasiado "funcionales", ni estructuras rigidamente "racionales" y sí unas superficies curvas. "La evolución del interior en los últimos 50 años (1880-



Bar Negresco. Jacinto Ortiz Suárez. Madrid. 1934

1930)", A.C., número 19, Barcelona. Madrid. San Sebastián, tercer trimestre de 1935, págs.14- 29. 20.- Feduchi abogaba por líneas más orgánicas, por estilizaciones románticas, adaptadas al modelado del cuerpo humano. ["Muebles modernos y tendencias retrospectivas", *Nuevas Formas*, número 5, 1934, págs. 266- 277. Feduchi, Luis María, "Nuevas tendencias del mueble español. Realizaciones de los decoradores Santa María y Feduchi", *Nuevas Formas*, número 1, Madrid, 1936/7, págs. 30- 42. Feduchi, Luis María, *Historia del Mueble*, Madrid: Afrodioso Aguado, 1946, pág.218.]. Mientras que los muebles producidos por M.I.D.V.A., cuya sede estaba en el local del G.A.T.E.P.A.C. de Barcelona, se distancian de las formas poligonales del Art Déco que era criticado desde las páginas de la revista A.C., así como de los diseños metálicos precedentes, para abogar por un repertorio de muebles que engarza con el mobiliario tradicional mediterráneo. ["Un falso concepto del mobiliario moderno", A.C., número 15, Barcelona. Madrid. San Sebastián, tercer trimestre de 1934, pág. 13. "La evolución del interior en los últimos 50 años (1880- 1930)", A.C., opus cit., págs. 14- 29]. El IV congreso C.I.A.M. celebrado en 1933 propició, bajo la influencia de Le Corbusier, la adopción de las formas relacionadas con lo mediterráneo vernáculo. A este congreso asistieron los fundadores del M.I.D.V.A., y el interés hacia lo popular queda patente en los siguientes números de la revista A.C. así como en el tipo de mobiliario que diseñaron los arquitectos del G.A.T.E.P.A.C. Una muestra de este tipo de mobiliario se encuentra partir del número 19, el tercer trimestre de 1935 de la revista A.C. Prueba de ellos son los muebles que aparecen en exposición de Fomento de las Artes Decorativas organizada en Barcelona. ["Primer salón de decoradores. Barcelona", A.C. número 23- 24, Barcelona. Madrid. San Sebastián, tercer y cuarto trimestre de 1936, 20]. Así como los diseños de J. Torres Clavé y J. Ll. Sert: Torres, Raimon. "Los diseños de Josep Torres Clavé y el G.A.T.C.P.A.C.", *Josep Torres Clavé*, Barcelona, Santa & Cole. Centre d'Estudis de Disseny E.T.S. de arquitectura de Barcelona. U.P.C., 1994, págs.11- 25. Tremolada, Josep María, "Josep Torres Clavé como diseñador", Barcelona, Santa & Cole. Centre d'Estudis de Disseny E.T.S. de arquitectura de Barcelona. U.P.C., 1994, págs. 21- 25. Freixa, Jaume, *Josep Lluís Sert*, Barcelona: Santa & Cole. Escola Tècnica Superior d'Arquitectura de Barcelona, 2005. Giralt Miracle, Daniel, (dir.), *Las Vanguardias en Cataluña. 1906- 1939*, Barcelona, Fundació Caixa de Catalunya, 1992. Sobre A. Bonet y el M.I.D.V.A.: Álvarez, Fernando y, Roig, Jordi (ed.), *Antonio Bonet Castellana*, Barcelona: Col.legi d'Arquitectes de Catalunya, 1996. Álvarez, Fernando y Roig, Jordi, *Antonio Bonet Castellana*, Barcelona: Santa & Cole. Centre d'Estudis de Disseny. E.T.S. de arquitectura de Barcelona. U.P.C., 1999.]

21.- Loygorri, José, "Publicidad y decoración...", *Nuevas Formas*, número 9, Madrid, 1934, págs.449-452.



A.C., número 2. Portada, Barcelona.



Bar Negresco. Jacinto Ortiz Suárez. Madrid. 1934

### ...a la mayor perfección de lo cómodo, lo higiénico y lo práctico.

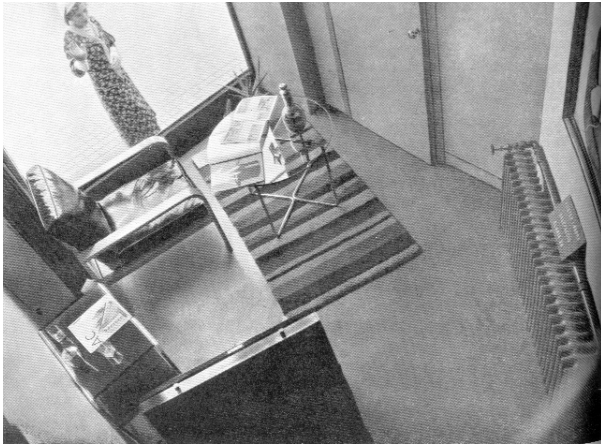
El interior de los nuevos establecimientos comerciales se organizó según las propuestas de decoración de la nueva arquitectura. Una muestra de este tipo de decoración estuvo presente en el local que el G.A.T.E.P.A.C. inauguró en 1931 en Barcelona:

*Hemos creído que lo más eficaz era abrir al público en general, y especialmente a arquitectos y constructores, un local en el que... se apreciaran, en su lugar y función correspondiente, todos los elementos de diseño nacionales y extranjeros así como una buena y escogida selección de muestra de todo lo que continuamente sale al mercado<sup>13</sup>.*

En el local además de exponerse productos y materiales de diferentes ramas de la construcción, se promovían y vendían muebles de carácter estandarizado<sup>14</sup>, entre otros, de Alvar Aalto, la casa vienesa Thonet, o la francesa Muebles Stylclair, así como propuestas de los arquitectos del GATEPAC<sup>15</sup>.

Thonet fue junto con las casas madrileñas Rolaco y S. Santamaría y Cía., el principal referente de muebles en España<sup>16</sup>. Las casas de decoración españolas contaron cada vez más con la colaboración de los arquitectos, que se sumaron así a la labor que los decoradores y algunos pocos compañeros de profesión habían desarrollado en años precedentes<sup>17</sup>. Algunos de estos arquitectos utilizaron las propuestas de Thonet como fuente de inspiración e incluso las copiaron en multitud de ocasiones.

Thonet y Rolaco principalmente, proporcionaron un mobiliario sencillo de formas cúbicas y líneas rectas, que destacaba por su carácter transportable y ligero, a la vez que por su facilidad para la limpieza y la higiene, ya que su estructura suprimía y evitaba aquellos lugares difíciles de limpiar<sup>18</sup>. El mobiliario tubular era alabado, en suma, por su supuesta comodidad y carácter práctico. No obstante, este mobiliario convivió con formas más tradicionales y

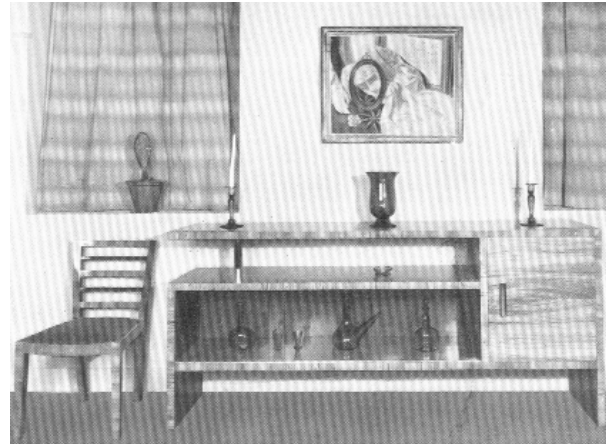


Local del G.A.T.E.P.A.C. en Barcelona, Paseo de Gracia, 99. Stand de Exposición.



Casa de decoración Rolaco

22.- hecha para sus habitantes y provista de todos los inventos de la civilización técnica. Kozma, Ludwing, "La cultura de la vivienda en nuestra época", *Viviendas*, número 25- 26, Madrid, agosto 1934, sin paginar. Cabe recordar el interés que en esta época tuvo el equipamiento de la cocina y del baño y que queda patente en las revistas de la época. La revista *Viviendas* estuvo conccionada por el artista gráfico de origen polaco Mariano Rawicz y se centró en la decoración de interiores, especialmente de viviendas unifamiliares. En 1932 fundo con ayuda de dos amigos- uno de los cuales pudo ser el arquitecto Luis Lacasa- una lujosa revista de arquitectura y decoración- *Viviendas*- (de) creciente éxito en España y aun en el extranjero. Rawicz, Mariano, *Confesionario de papel*, Granada: Editorial Comares. I.V.A.M., 1997, pág.187. Fernández, Horacio, "Introducción", *Confesionario de papel*, *opus cit.*, pág.24. La revista *Nuevas Formas* por su parte, editada por Ediciones Edarba y dirigida por el arquitecto Luis Pietro Bances, tuvo como objetivo la información de actualidad, dirigida tanto al técnico arquitecto, decorador, constructor, como al público en general. *Nuevas Formas*, número 1, Madrid, 1934, pág.3. Estas revistas ofrecieron la imagen de la nueva arquitectura y su decoración, principalmente extranjera, a través de un nuevo lenguaje visual, en el que participaron diferentes técnicas de representación, así como de un nuevo modo de entender la fotografía y la tipografía. Jannière, Hélène, *Politiques Editoriales et Architecture "Moderne". L'émergence de Nouvelles Revues en France et en Italie* (1923- 1939), Paris : Éditions Arguments, 2002, págs.48 y 80.



Aparador, madera de zebra y tubo de acero cromado. Proy., Luis Santamaría



Casa fin de semana en Garraf, Barcelona. J. L. Sert, J. Torres Clavé



Casa de decoración Rolaco



diseños más conservadores, como algunos de los propuestos de la casa Santamaría.

Pero a mediados de la década de los treinta, se inició un distanciamiento respecto del mueble tubular que pasó a considerarse como frío y rígido, y comenzó un intento de combinar formas pasadas con la simplicidad del arte nuevo<sup>19</sup>. Este cambio también se estaba produciendo en el desarrollo de la nueva arquitectura en el resto de Europa que, agotada de la exaltación de la máquina, buscaba en la tradición un acomodo a sus ideas.

Los proyectos de los arquitectos Luis Feduchi para la firma Santamaría, y los diseños del M.I.D.V.A. (Muebles i Decoració per la Vivienda Actual), grupo fundado por Josep Torres Clavé, Josep Lluís Sert y Antonio Bonet Castellana en 1935 fueron testigos de este cambio<sup>20</sup>.

El nuevo mobiliario, inicialmente tubular y posteriormente inspirado en formas tradicionales, que proporcionaron las casas de decoración y realizaron los arquitectos y decoradores, fue el que decoró los interiores de unos espacios diferentes.

Los primeros clientes de estos muebles fueron los lugares de trabajo: los establecimientos comerciales, hasta que este círculo se fue ampliando de forma paulatina, y con reticencias, hasta el hogar.

### **Publicidad y decoración... son consecuencia la una de la otra<sup>21</sup>**

Los arquitectos y decoradores españoles trataron de asimilar y reformular la nueva arquitectura en una sociedad muy diferente a la de los núcleos iniciales de la vanguardia Europea. Para ello realizaron diferentes experimentos, ensayos de laboratorio, que se concretaron en el nuevo envoltorio cubista de los establecimientos comerciales, la decoración de interiores o la tipografía. Se trata de elementos aparentemente secundarios, de pequeñas lámparas, que junto con exposiciones, conferencias, viajes, congresos, libros y revistas propiciaron la renovación del panorama arquitectónico en España.

Las revistas especializadas en arquitectura y decoración de la época, se hicieron eco de todas estas propuestas y actividades y gracias a su labor difusora, fueron el principal acicate para la renovación arquitectónica no sólo en su aspecto externo, sino que también en su imagen interior. Las revistas *Arquitectura, A.C., Cortijos y Rascaielos* u *Obras*, dieron cuenta de estas novedades, principalmente europeas, ya que las propuestas españolas fueron limitadas. De igual forma, las revistas madrileñas *Viviendas. Revista del Hogar* (1932-1936) y *Nuevas Formas. Revista de Arquitectura y Decoración* (1934-1937) tuvieron una gran importancia en la difusión de una nueva idea de decoración de interiores tanto de locales comerciales como domésticos, así como de un nuevo concepto de vivienda<sup>22</sup>.

La nueva imagen de diseño y decoración de espacios interiores que publicitó la prensa escrita, contribuyó así, junto con otros elementos, a que la nueva arquitectura se consagrara, aunque de manera superficial, como la estética de moda que transformó los espacios de las ciudades españolas en la década de los treinta.



Casa de decoración Thonet