

EL FENOMENO DE LA TIENDA EN EL CONTEXTO DE LA CIUDAD

JUAN DANIEL FULLAONDO:

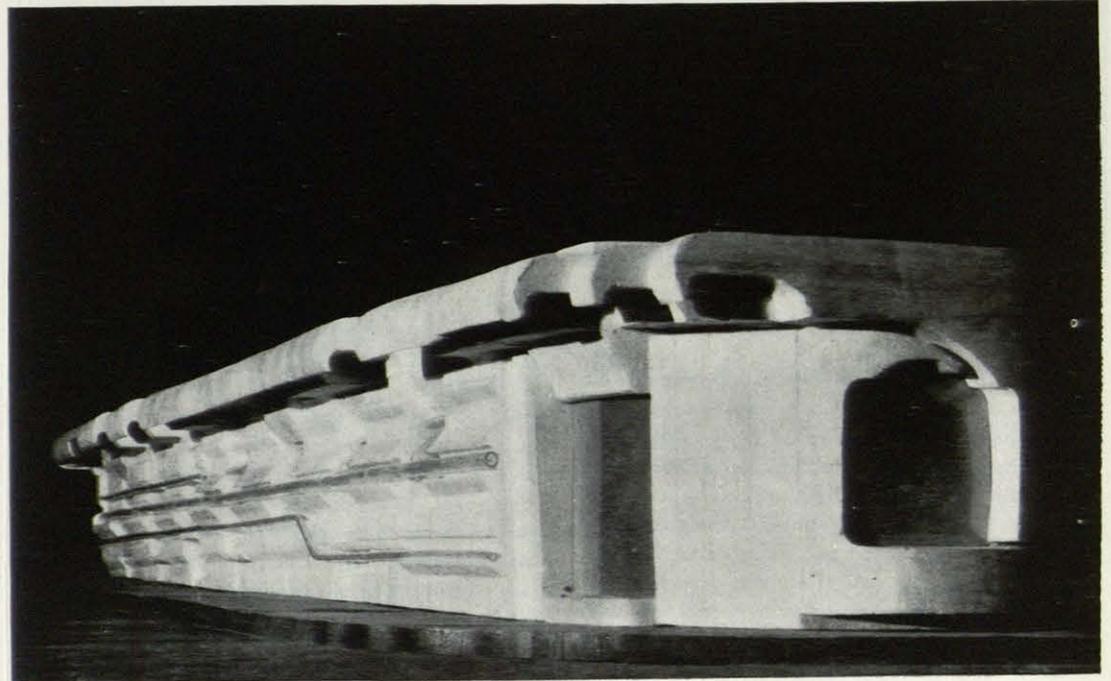
Como principio una justificación personal que quisiera hacer con motivo de esta sesión.

Hace cosa de un mes recibí una carta de Carlos de Miguel proponiéndome el planteamiento de una sesión de crítica con motivo de esta tienda. Debo ser sincero, y en este sentido, cuando recibí esta carta la reacción primera fue de quedarme encantado; había intervenido en la preparación de otras sesiones, en la de Torres Blancas, por ejemplo, pero con ninguna obra mía se había planteado una sesión de este tipo. El primer impulso es siempre de tipo estimulante; ahora bien: posteriormente, pensando más en el sentido de esta Sesión, me quedé realmente inquieto, inquieto ante el hecho de convocar a una serie de arquitectos, de críticos, para hablar, para coloquiar en torno del tema tan humilde como es el de esta tienda. Esto no es una falsa modestia, ni es un recurso de polemista, es sincero. Creo que esta obra es una obra pequeña, parcial, truncada, sin importancia, y lógicamente sentía una gran inquietud.

Tras esta justificación vamos a empezar a hablar un poco sobre el fenómeno de la tienda. Creo que la importancia que pueda tener esta Sesión radica, más que en el hecho de hablar de este producto particular, en considerar el fenómeno general de las tiendas. En otras palabras, el intentar precisar ¿qué es una tienda? ¿Qué es un local comercial? ¿Cómo influye en la vida de la ciudad? ¿Qué problemática tiene? Y ya desde el punto de vista humano y personal, hablar un poco sobre el desarrollo de este proyecto como testimonio humano de lo que es el trabajo de un arquitecto, como testimonio de las dificultades en que uno se encuentra para el desarrollo de las ideas.

Vamos a comenzar con un análisis general del fenómeno de las tiendas. Una tienda, un local comercial, en un sentido se encuentra en el cruce bastante comprometido de una serie de trayectorias: hay un poco de arquitectura, un poco de restauración artística, un poco de decoración, un poco de diseño industrial y un poco de diseño urbano; esto es, un problema muy complejo. En la última sesión que hemos celebrado recuerdo que uno de los miembros planteó inteligentemente que el tema de una tienda bordea este capítulo, tan desvalorizado, de la decoración, y esto es verdad. Yo creo, sin embargo, que bordea también muchos otros temas; simplemente vamos a pensar un momento en el aspecto del diseño urbano.

La tienda, ante el fenómeno de su multiplicidad en la ciudad y ante el fenómeno de la proximidad que supone para el peatón que anda por la calle, es un elemento que constantemente está actuando sobre él; es muy próximo, muy inmediato, es una especie de prolongación de la calle. Una tienda se percibe infinitamente más que un edificio. Estamos viendo un fenómeno, prácticamente a escala universal, de una calle comercial en Londres, que es conocida en todas partes:



MAQUETA DE UNA DE LAS SOLUCIONES DE LA TIENDA DE H MUEBLES, EN LA CALLE RECOLETOS, DE MADRID. ARQUITECTO: FULLAONDO.

la célebre Pall Mall Street. En Roma estuve yo hace unos meses y han creado una Pall Mall Street a escala toscana. Podemos recordar el Tuset Street de Barcelona.

Hay una influencia grande del fenómeno comercial sobre la ciudad y las tiendas son las células, los impulsos que estimulan a esta creación. Otro síntoma de esta problemática la podemos ver en el fenómeno de la Gran Vía madrileña. Es una calle con edificios realmente importantes, y, sin embargo, el hecho de la proliferación de los anuncios, de los cines, de las cafeterías, de las luces fluorescentes, hace que no se vean los edificios.

Yo invitaría a muchos de los arquitectos que hay aquí a que describan un poco a la ligera toda la serie de edificios de la Gran Vía y veríamos que nos encontraríamos con verdaderas dificultades, y en cambio cuánto más sencillo sería el ir señalando la sucesión de cines, cafeterías, oficinas que hay allí. Una tienda, un local comercial, está incidiendo constantemente—como antes decía—por su número y por su proximidad sobre el contexto urbano; creo que esta nota de tipo urbanístico es importante a la hora de destacar este parámetro sociológico de la tienda. Luego nos queda la incidencia de los otros cuatro de que habíamos hablado: tema de la arquitectura, tema de la decoración, tema de la restauración artística, tema del diseño.

Tengo idea de haber leído una esquematización muy "d'orsiana" sobre este cruce de trayectorias. Era algo así: "el decorador se mueve por apariencias, el arquitecto con realidades y el escenógrafo con ilusiones".

Estos tres parámetros también confluyen en la tienda. ¿Qué nos suministran como dato previo en una tienda? ¿Qué nos suministran cuando estamos a la hora de afrontar la creación de una tienda? El sólido capaz espacial. Y nosotros—yo creo que éste es el punto que diferencia la mente creadora de la puramente decorativa—tenemos que tallarlo. El decorador generalmente no modela el espacio, plantea diafragmas de acuerdo con la moda, pero esta talla del espacio, esta talla del sólido capaz que nos entregan previamente, es patrimonio de una mente de arquitecto o de un gran diseñador.

Otro factor importante que nos surge en las tiendas y que condiciona en cierta forma la apariencia y el método que vamos a seguir en el desarrollo es el tiempo durante el que se permanece en las tiendas. Decía d'Ors cómo el tamaño de los edificios, el tamaño de las viviendas en sus diversos tipos, está en función, generalmente, del tiempo que se va a residir. Un hotel será el local para una estancia de unos pocos días y, lógicamente, tendrá un tamaño celular. Un apartamento es un nido de paso, unas semanas, unos pocos meses; tiene un tamaño un poco más grande, pero aún es pequeño; una vivienda para una vida, para una familia, exige más espacio. Estamos viendo cómo el tiempo que se va a residir influye en el tamaño y en la forma, pero también influye en este tamaño y en la forma, lo que allí va a ocurrir. En una tienda el comprador está muy poco tiempo, entran y se marchan, y esto, como hemos intentado explicar ya, condiciona un tamaño. Hay, sin embargo, un parámetro más y nosotros tene-



mos que hacer hincapié en otro extremo, aparte del temporal; es decir, la función atractiva de la tienda, este ilusionismo que, perfectamente inadecuado para una vivienda, interviene como elemento positivo en un local comercial; este ilusionismo que intente captar al comprador, que intente exponer de la forma más arrebatada y sugestiva aquello que va a vender; al final de esta charla os propondré la solución que había pensado, que desgraciadamente no se hizo, para esta tienda dentro de este sentido; una solución que tiene en cuenta dos cosas: esta brevedad en el tiempo, un tipo de brevedad que posibilita que uno se marche en seguida, que no esté constantemente herido por la solución que se adopte; y otro, este ilusionismo, esta potenciación de lo que vamos a vender.

Hay, yo creo, dos formas culturales de afrontar el problema moderno de los locales comerciales: uno está basado en una constante sociológica, y es el ejemplo que tenemos en Serrano con una tienda, Fancy, de éxito últimamente. Esta tienda está basada en una componente sociológica: la moda; en esta tienda se da un producto muy elaborado, muy actual, muy del momento, y, sin embargo, muy efímero. ¿Por qué pasa esto? ¿Cuál es la causa de su vida breve? La razón es que sus fuentes, como en los "comics" de los tebeos, están basadas en la moda, en la moda transitoria. Luego hay otro camino, otra vía, que es el basar nuestra solución en una componente de tipo histórico: los movimientos culturales. Y es en ese sentido que podríamos trazar una sucesión apostólica de locales comerciales, de instalaciones expresivas de toda esta serie de acontecimientos naturales en donde encontraríamos el modernismo, el cubismo, hasta esta corriente orgánica en la que nos encontramos ahora, una sucesión apostólica corroborada a través de los planes de las obras de los grandes maestros.

Conozco por ejemplo dos tiendas de Wright, dos de Scarpa, dos de Alvar Aalto, el planteamiento de Oteiza en Madrid, y esto puede inducirnos a pensar que en cierta forma este tema no es tan desvalorizado como se podía creer cuando advertimos que una procesión como esta de talentos, los más grandes de todos, han incidido en el tema del local comercial no con este mensaje de la moda, sino apoyados en un devenir histórico. Este hecho es algo que debe estimular nuestro pensar en el sentido de que no estamos manejando un problema irrelevante. Hay una frase de Jorge de Oteiza

que es importante, que ilustra un poco esto que estoy intentando explicar, y es que "para el artista siempre es domingo". En domingo quiere decir que siempre es día de fiesta, que cualquier tema es motivo de estímulo, que es jueves por la tarde, es motivo de alborozo, de alegría, y es en ese sentido que esta serie de los Wright, de los Scarpa, de los Gutiérrez Soto con "Chicote", de Feduchi con Capitol, de Francisco de Inza, de Carvajal, de Molezún, de Fernández Alba, son ejemplos que nos ilustran en esta posibilidad del domingo, ante un tema desgraciadamente tan degradado como el que nos encontramos generalmente.

Hay que ver, por ejemplo, cómo se afrontan dentro de esta diversificación dialéctica de desplazamientos de la cultura, la división entre esto que se entiende por interior y por la fachada.

La versión racionalista en un Loewe es una apoteosis de una tienda en la cual la frontera entre la calle con el interior es virtual, gracias al elemento más inmaterial de todos, el vidrio. En Loewe es el espacio de la calle el que se prolonga hacia el interior sin ninguna frontera clara o quizá es el interior el que se prolonga hasta afuera, y esta frontera sólo está sugerida con el vidrio, el material que, en frase de Oteiza, procede por revelación, nunca por ocupación; es una tienda extravertida, es una tienda claramente racionalista en la que—como siempre ocurre con estos casos—predominan las formas de tipo elemental, una serie de sandwiches de espacios que nos comunican el interior con el exterior. Otro ejemplo: el caso de los locales de exposición de Huarte, de Sáenz de Oiza; aquí encontramos claramente el mismo recurso visto en Loewe, cómo se plantea en la entrada tres marquesinas superpuestas, una de piedra, otra con los difusores de plástico y otra con el enrejado de hierro. Estas tres plataformas se continúan hacia dentro; estos difusores son el se-

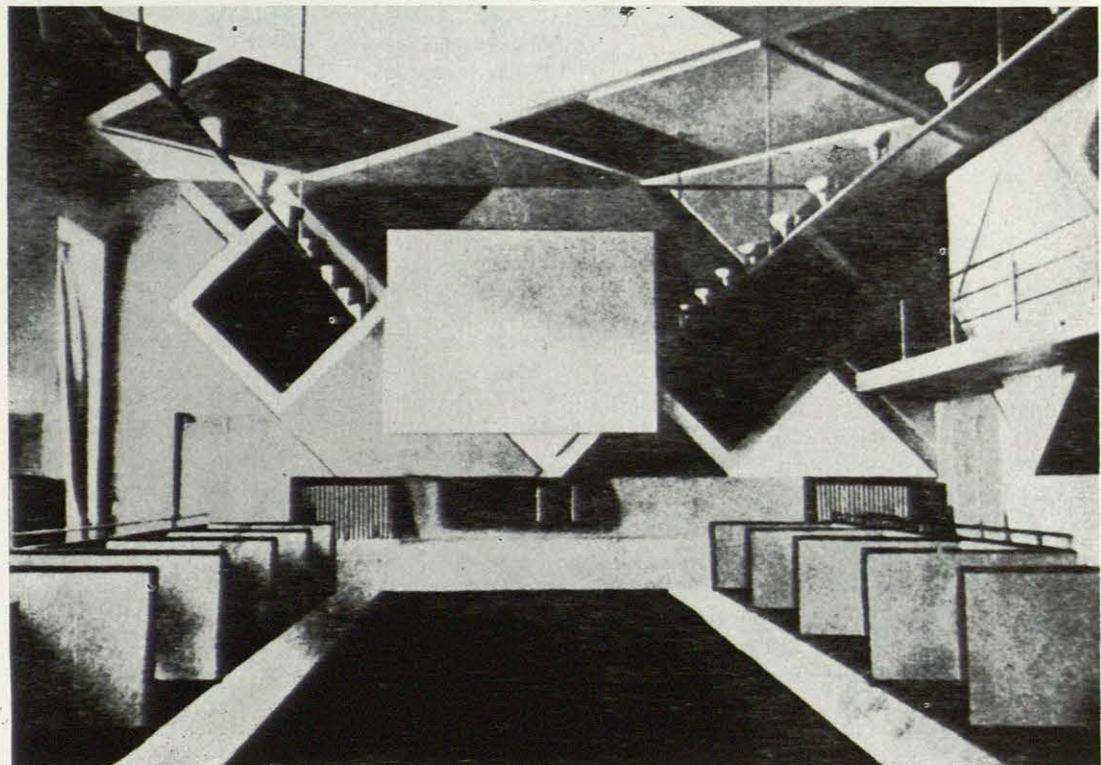
gundo sandwich horizontal prolongado por el interior y esta yedra metálica del enrejado es el tercer expediente en la creación de plataformas penetrantes de comunicación espacial interior-exterior.

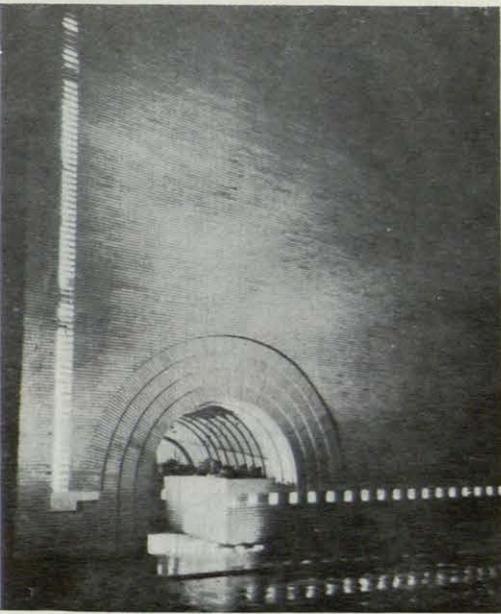
La tienda racionalista, extravertida, de lo que Loewe y la obra de Oiza son testimonios ha tenido un éxito increíble en el mundo.

Tiendas con diafragmas, extravertidas completamente; con una gran falta de timidez, que planteaban claramente todo lo que querían decir, lo exponían, lo manifestaban. Con la figura de Wright, que tiene que plantear una tienda en la Quinta Avenida, una tienda muy del carácter, por los objetos que se ven, de Loewe, objetos de lujo, nos encontramos con los antipodas del racionalismo. Wright invierte completamente este tipo de tácticas espirituales, plantea una gran pared de ladrillo y hace la entrada por un túnel; frente al concepto de la extraversión, de presentarse tal y como es, de la ausencia de fronteras, con Wright nos encontramos con el concepto de la cueva, en la que no se percibe nada, en donde hay que entrar: frente al presentar unas cosas tal y como son, frente al "Ahí están", Wright plantea lo sugerido por el misterio, el ¿qué habrá dentro? Dos conceptos del espacio comercial.

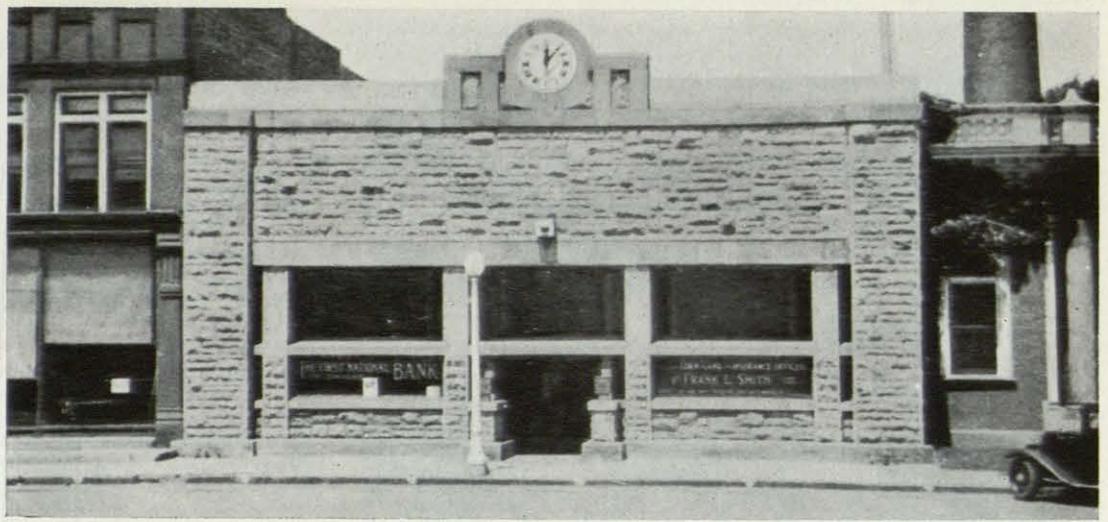
Yo, simplemente, he querido señalar con estas breves notas el haber destacado como primera parte de esta charla esta importancia integral que puede tener el local comercial, el señalar que este local comercial se encuentra tan batido por toda la serie de trayectorias culturales como cualquier otro producto arquitectónico, el advertir cómo puede ser una cristalización de la cultura de un pueblo y cómo cabe también ante una temática como ésta: "que siempre sea domingo para el artista".

INTERIOR DE UN CINEMATOGRAFO DEL ARQUITECTO VAN DOESBURG, EN EL CAFE AUBETTE.





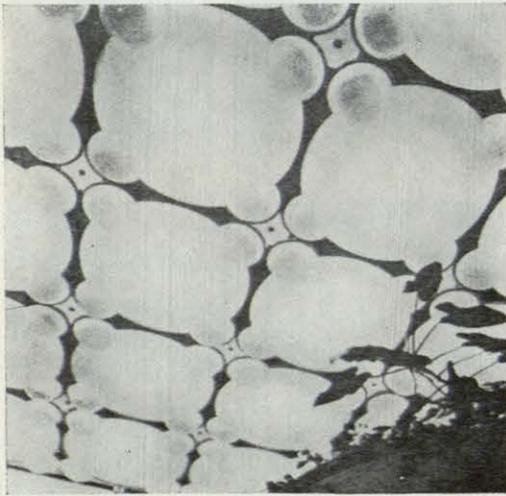
3



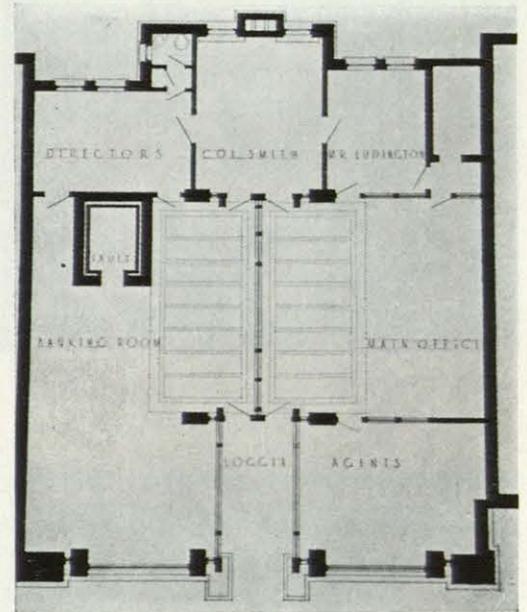
1
2

1 y 2. "BANCO FRANK L. SMITH (1906), UNA OBRA REALMENTE POCO CONOCIDA DEL MAESTRO AMERICANO EN SU PRIMERA EPOCA. SI PENSAMOS QUE ES PRACTICAMENTE CONTEMPORANEA DE LA IGLESIA UNITARIA, NO PARECE SER ESTE UNO DE SUS MONUMENTOS MAS FELICES."

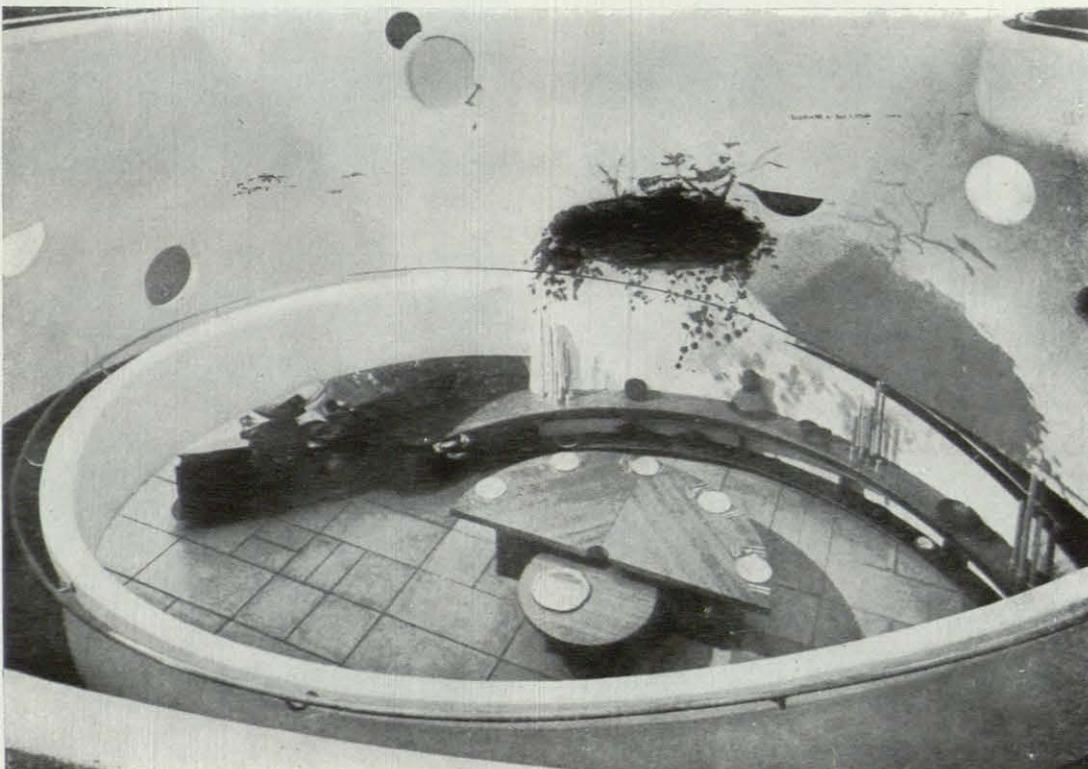
3, 4 y 5. TIENDA MORRIS, EN LA QUINTA AVENIDA.



4

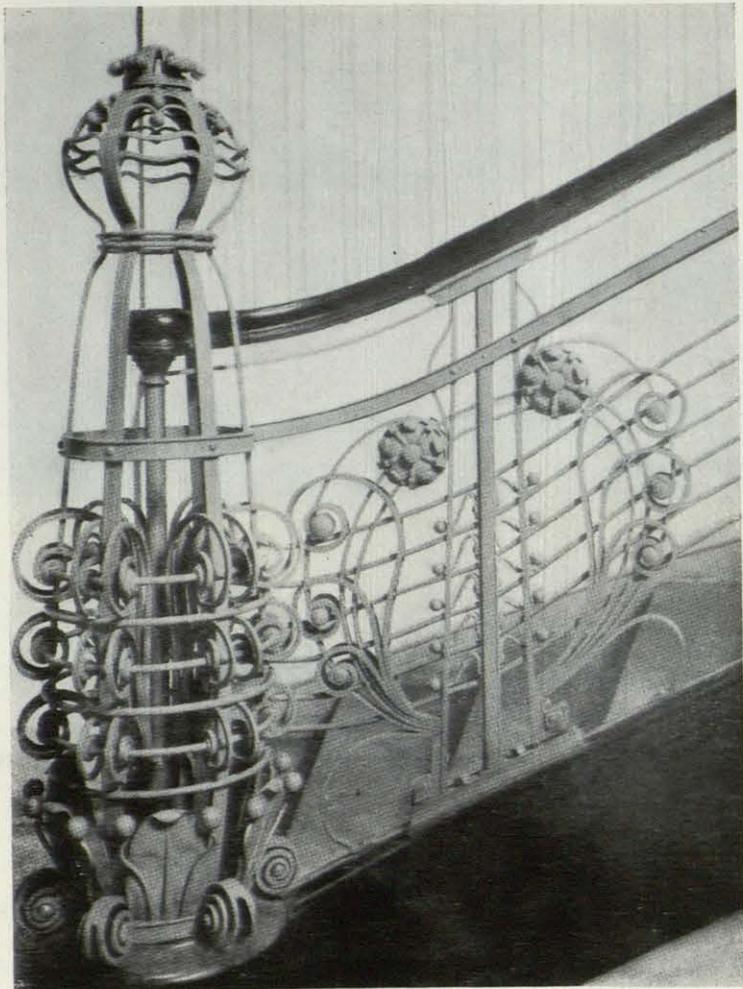


5



DOS TIENDAS DE FRANK LLOYD WRIGHT

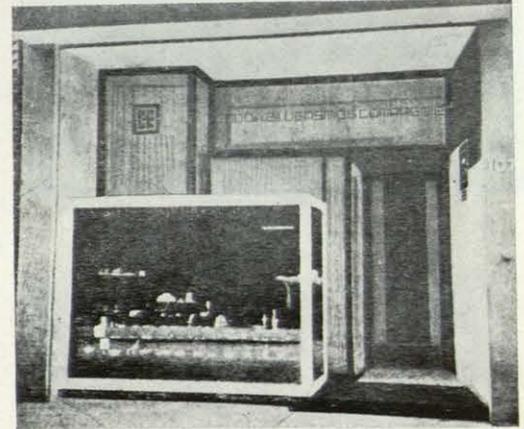
"EL PLANTEAMIENTO DE WRIGHT CON LA MORRIS SHOP, ES UNA GRAN FACHADA, PERFECTAMENTE CIEGA, DESDE LA QUE NO SE PERCIBE ABSOLUTAMENTE NADA DEL INTERIOR. ESTAMOS FRENTE AL CONCEPTO DE LOEWE, AL CONCEPTO DEL RACIONALISMO, DE EXTRAVERTIR ESTOS PRODUCTOS DE LA TIENDA, DE SUGERENCIAS DE TIPO INMEDIATO. WRIGHT ACTUA CON EL MISTERIO; EL SUGIERE UNA GRUTA DE ALQUIMISTA, CON SU TUNEL."



JOYERIA EN AMSTERDAM

Arquitecto: RIETVELD

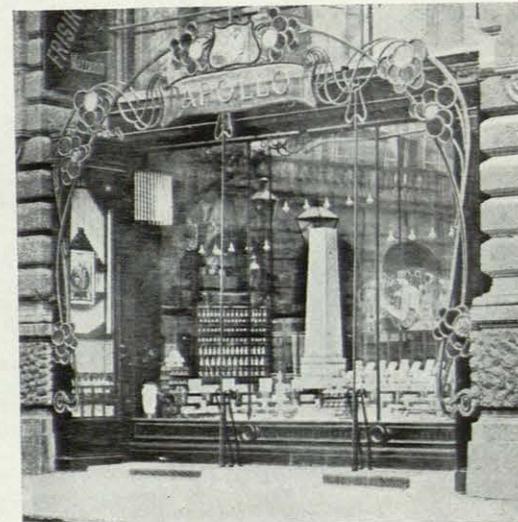
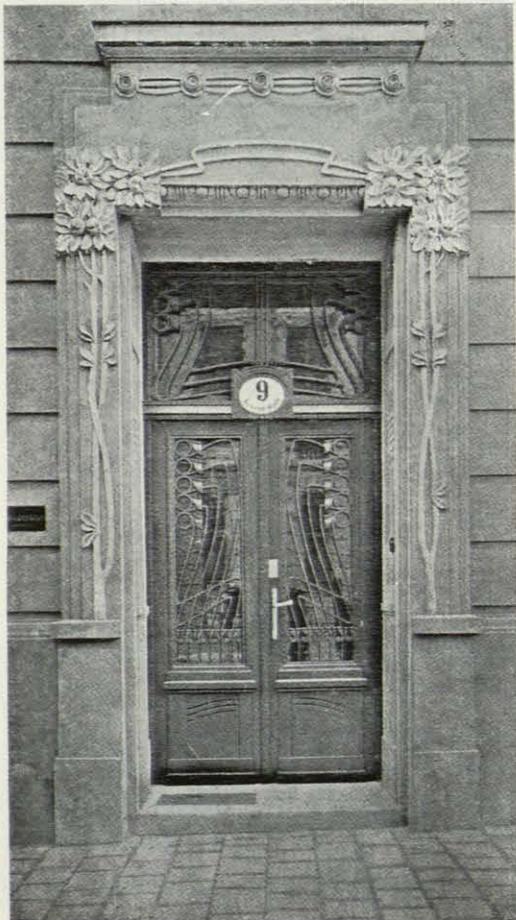
"CON ESTA TIENDA HEMOS AVANZADO UNOS CUANTOS AÑOS, ESTAMOS EN EL MOMENTO DEL PRIMER FUNCIONALISMO DE EUROPA. LA DESCOMPOSICION NEOPLASTICA ESTA AFECTANDO CONSTANTEMENTE A ESTA FACHADA, YA NO ES UN ESCAPARATE PLANO, ES UN ESCAPARATE QUE SE MODELA, QUE SE ARTICULA RESPIRANDO CONSTANTEMENTE, CON SUS HUECOS, CON SUS VOLUMENES POSITIVOS Y NEGATIVOS. ESTA HABLANDO CON DECISION DE ESE MOMENTO CULMINANTE QUE ES EL LENGUAJE DEL NEOPLASTICISMO."



CAFE EN ROTTERDAM

Arquitecto: J. J. P. OUD.

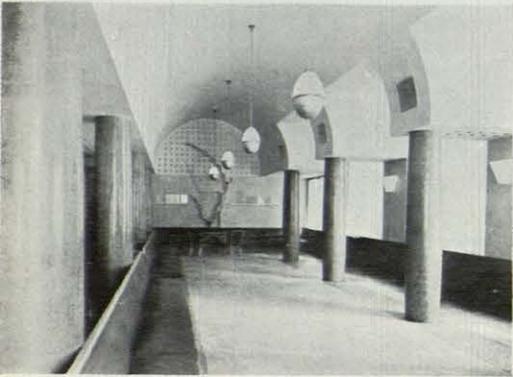
MUESTRAS DE PORTADAS, CANCELAS, BARANDILLAS, SEGUN LA MODA DEL PRINCIPIO DE SIGLO Y QUE ESTA REVIENDO LA MODA DE NUESTROS DIAS.

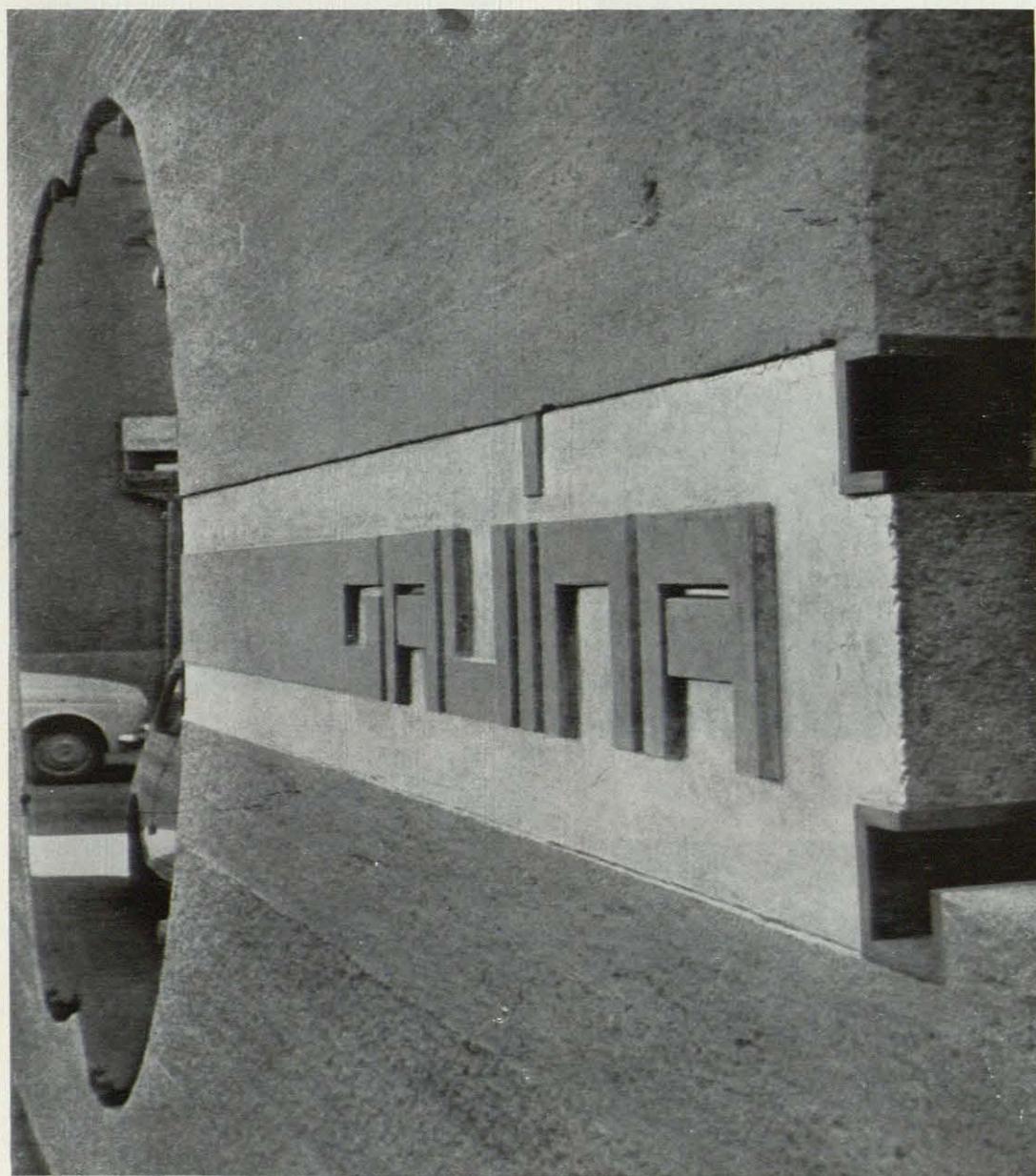
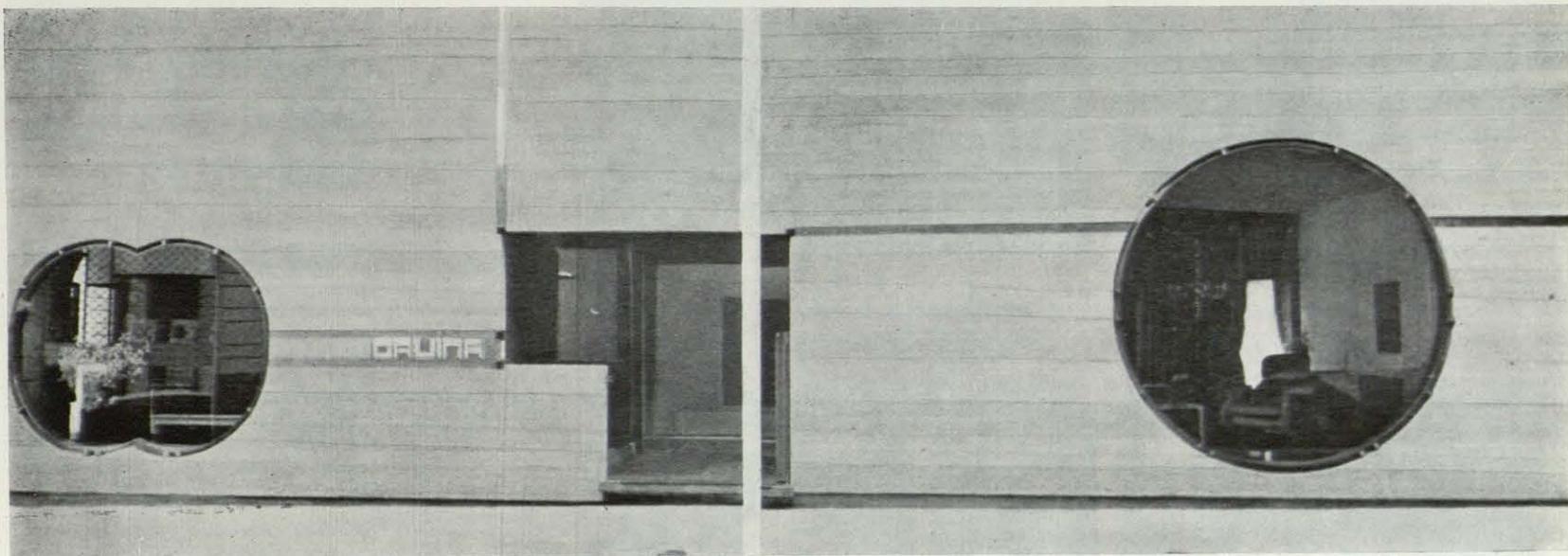




TRES INSTALACIONES
COMERCIALES EN
MADRID REALIZADAS
ANTES DE 1936

ARRIBA, EL CAFE ZAHARA, EN LA GRAN VIA, OBRA DEL ARQUITECTO SECUNDINO ZUAZO. A CONTINUACION EL BAR CAPITOL, DEL ARQUITECTO LUIS M. FEDUCHI. ABAJO, EL POPULAR BAR CHICOTE, DEL ARQUITECTO LUIS GUTIERREZ SOTO. ESTAS TRES REALIZACIONES, DE TRES GRANDES ARQUITECTOS, ESTAN HOY DESAPARECIDAS O MUY MODIFICADAS. DIERON TONO Y DIGNIDAD, EN SU RANGO DE OBRA MENOR, A LA CALLE MADRI-LEÑA.





TIENDA DE SCARPA. BOLONIA

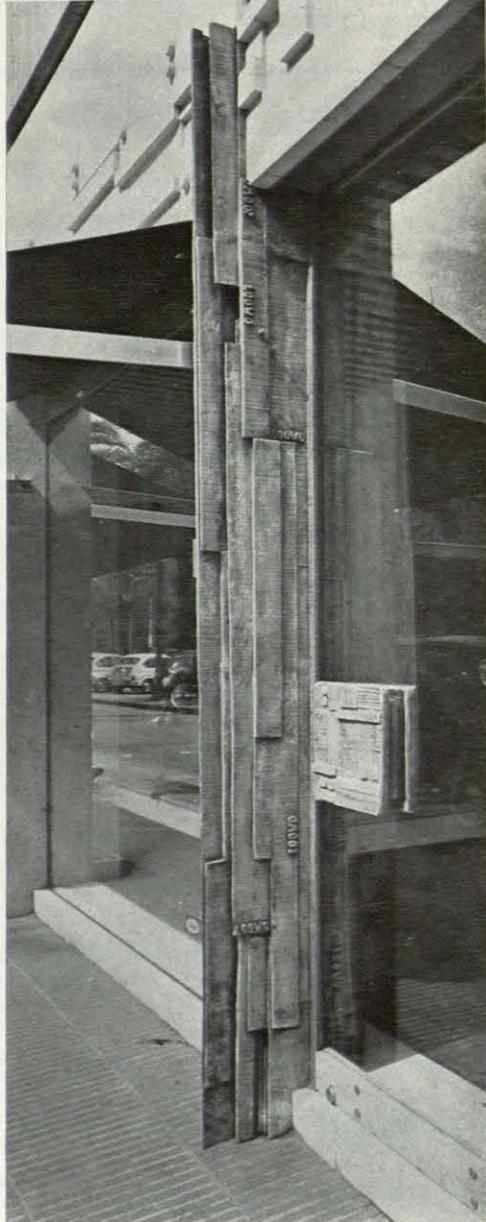
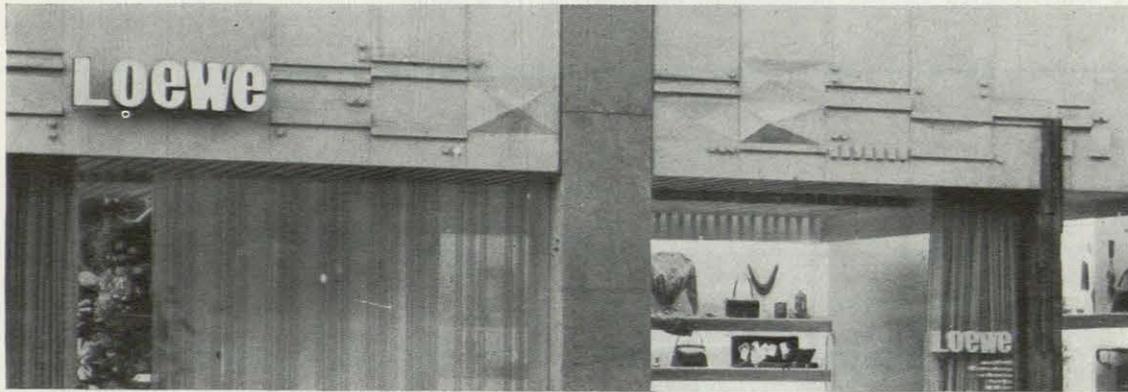
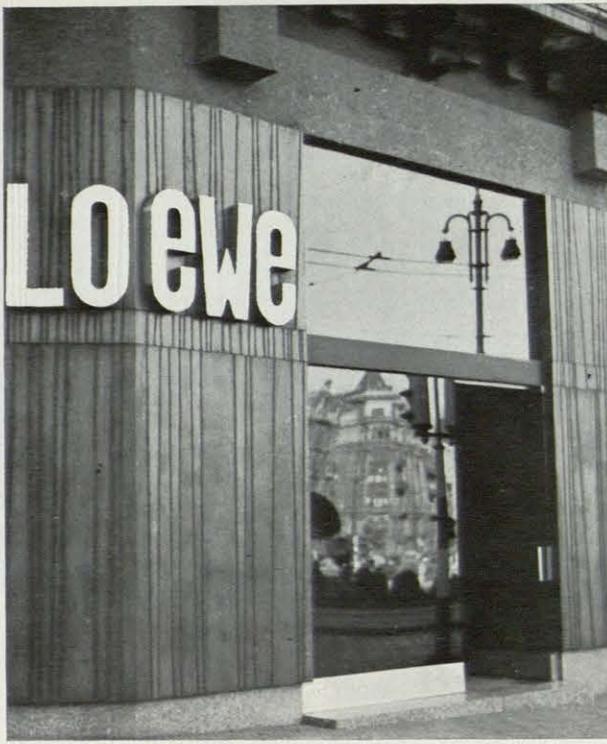
"CON ESTA OBRA DE SCARPA ESTAMOS EN LOS AÑOS CINCUENTA EN EUROPA. ES QUIZA UNA DE LAS TIENDAS MAS INTERESANTES DE LOS ULTIMOS AÑOS. AQUI SCARPA SE ENCONTRA BA CON EL PROBLEMA DE UN ENTORNO POSITIVAMENTE SIN INTERES, UN EDIFICIO DE TRES PLANTAS SIMPLEMENTE CORRECTO. SU SOLUCION ES EL INSERTAR ESTE PARAMENTO DE FACHADA COMO UN DIAFRAGMA QUE ESTA PUESTO POR DELANTE DE ELLA CASI SIN RELACION.

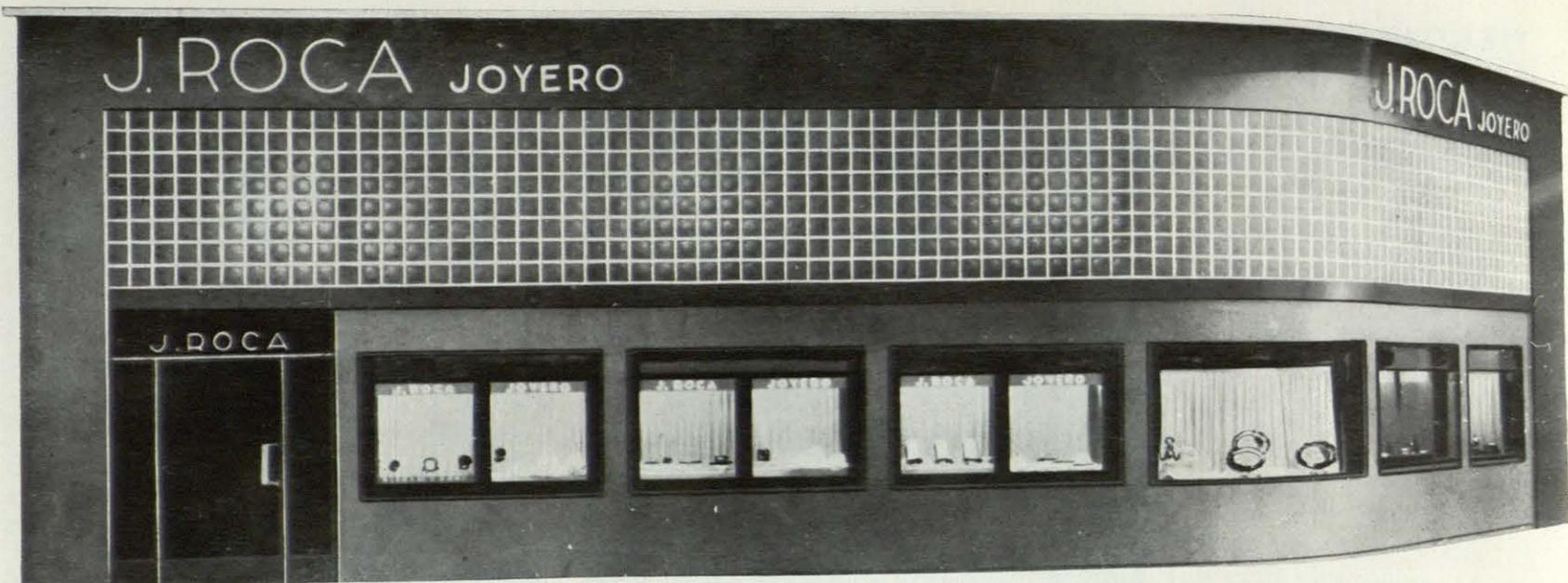
HAY UN DESEO DE DIFERENCIARSE DEL EDIFICIO PREEX ANTE EL CUAL HAY COMO UNA VOLUNTAD DE TIPO CRITICO EN ESTAR EN DESACUERDO O POR LO MENOS IGNORAR TODO EL MUNDO ANTERIOR. SE RESPETAN PARADOJICAMENTE LOS MACHONES RESISTENTES, PERO INTERVIENE CON UNA ACTUACION DE TIPO POLEMICO CUANDO SE CONFORMAN ESTOS HUECOS CON LOS CIRCULOS. YO VEO UNA VOLUNTAD DE TIPO IRONICO, UN ESPIRITU CREADOR MAS ANALITICO QUE POETICO."

TIENDAS DE
LOEWE EN
BILBAO,
BARCELONA
Y MADRID

Arquitecto: JAVIER CARVAJAL

"EL ESPACIO DE LA CALLE SE PRO-
LONGA HACIA EL INTERIOR SIN
NINGUNA FRONTERA CLARA. FRON-
TERA QUE ESTA SOLO SUGERIDA
POR EL VIDRIO. TIENDAS EX-
TRAVERTIDAS."





JOYERIA EN BARCELONA

JOSE LUIS SERT. Arquitecto.

UNA DE LAS POCAS MUESTRAS QUE TENEMOS EN ESPAÑA DE ESTE GRAN ARQUITECTO. ESTA CONSERVADA POR SUS PROPIETARIOS TAL COMO FUE PROYECTADA POR SERT Y CONSTITUYE UN PEQUEÑO HOMENAJE DE BARCELONA A TAN ILUSTRE ARQUITECTO.

COLOQUIO SOBRE ESTA PONENCIA

JUAN DANIEL FULLAONDO:

ANÁLISIS DE LA TIENDA DE H MUEBLES

Esta tienda es el resultado de un largo proceso. El interés humano que esto puede tener es el de una pequeña cruzada de cuatro años. Esto contando con el trabajo mío, porque si contamos las primeras soluciones que no se pudieron hacer de Sáez de Oiza y Basterrechea, ya nos encontraríamos con diez u once estudios. Yo fui encargado de la reforma de esta obra con un planteamiento que contaba con el piso superior, y tras las primeras divagaciones y frente a la tradicional división de elementos, por ejemplo, la concepción de una fachada que se divide en marquesina, en escaparate, en soportes, y en el interior con una escalera con un tramo, dos tramos, tres tramos, con su antepecho claramente definido, yo planteé en la primera solución que lo realmente importante para mí era hacer la obra de un empujón, o sea, concebirla toda, interior y exterior como una oleada que en sus diversas pulsaciones fuera conformando un hueco, una marquesina, un paramento, una escalera, un techo, un concepto reintegrador de la idea del espacio, un empujón sólo que partiera desde allí y que fuera dibujando por el interior y el exterior de la obra. Frente a una idea de un espacio de tipo ortogonal yo intentaba plantear una idea del espacio incurvado, informalista, como un río. Había el problema del edificio que ya existía, y en este punto me vinculaba a la tesis de Scarpa: plantear un problema por contraste, plantear esta postura polémica ante el edificio. Es un edificio que no nos importa para nada como no sea como estructura y que no nos sirva como referencia plástica, como referencia de tipo formal, como referencia de cultura; es un edificio que no nos interesa para nada.

Este proyecto fue aprobado por la dirección de la tienda y fue rechazado por la Sociedad que es dueña del inmueble, como "espantoso y horrible".

Hay unos aspectos de la misma obra que no hacen más que insistir en este concepto, el concepto de una obra que está pesando y no intenta acentuar el aspecto de la transparencia, de la levedad del espacio que está volando; es una obra densa, gravitatoria, aplastante.

El espacio interno, con este modelado de los machones, esta incurvación del espacio interno, nos da una concepción como en estado de perpetua expansión, como respirando, no una compartimentación de tipo militar, encajándolo en unos planos; sino un espacio que respira, que se mueve, que anda.

La segunda solución. Entonces intentamos controlar esta expresión y limitarnos a la planta baja para la fachada. En la primera solución intentamos comprender ambos pisos. Con la solución segunda fue el limitarnos a la planta baja y se conservaba para el interior un concepto muy similar.

Este proyecto, que también se aprobó por la Dirección, fue rechazado por los dueños del inmueble. Yo recuerdo la frase que me dijo el director de la Sociedad: "Esto es feísimo, Fullaondo; esto no puede ser. Usted comprenderá que estamos llenos de buenísima voluntad para usted, pero esto es horrible."

Vamos a hablar de la última solución. Era un problema de tres años, con fracasos, con líos; entonces fui a hablar con el director de la Sociedad, a decirle: "¿Cómo quiere usted que se haga esta tienda?" El me dio una serie de cinco normas: a) Fachada en piedra, con piedra "noble", mármol, etc. b) Una fachada que fuera plana. c) Luego que se eliminaran completamente las marquesinas y los voladizos, nada de salientes. d) Que se respetara absolutamente la ordenación de huecos por su tamaño y por su disposición, con planos siempre ortogonales, nada de curvas ni ángulos, siempre con 90°. Y e) Que sería muy aconsejable un trasunto neoclásico, que vendría bien a la obra, que fuera

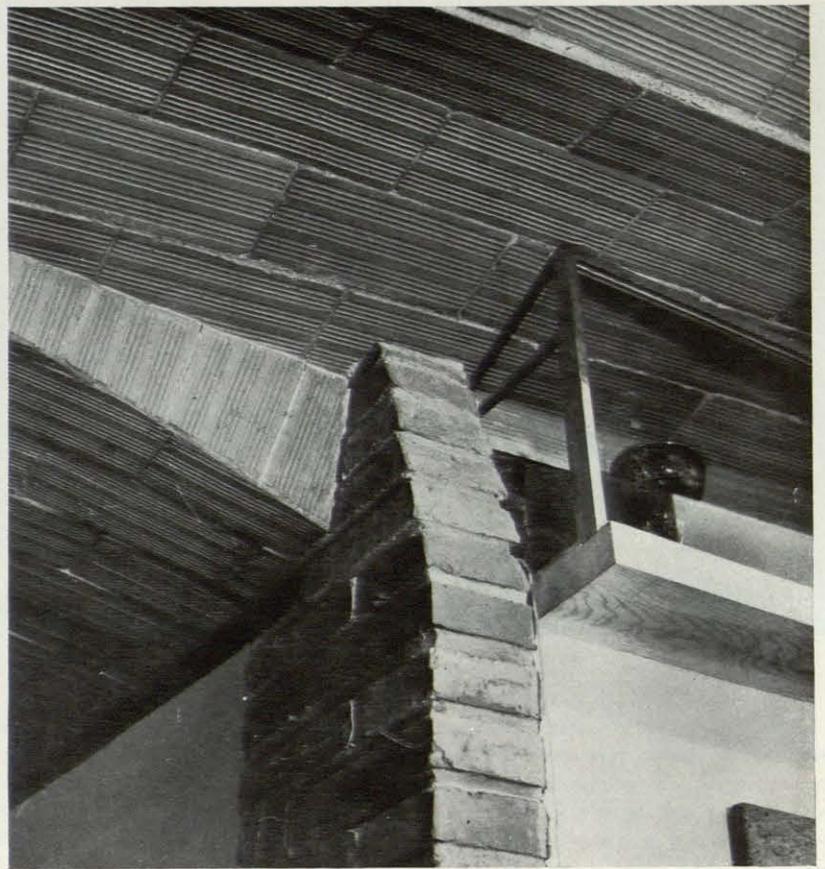
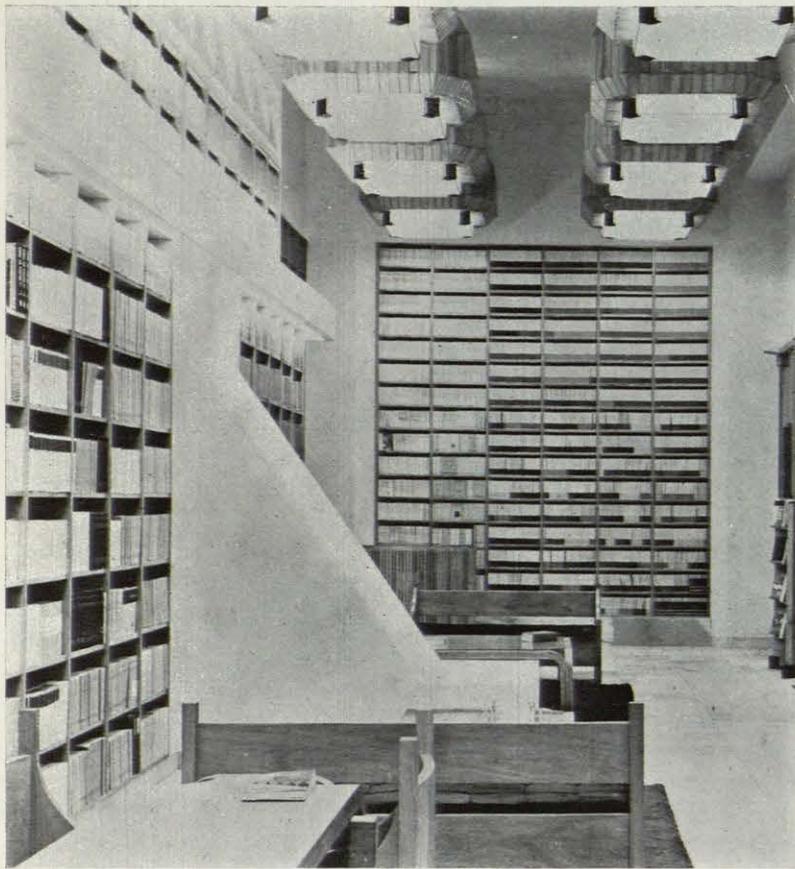
un poquitín neoclásica la tienda, que esto convendría. Os invito a pensar en el tema que es éste. Fue un momento que me quedé estupefacto. Lo que ahora veis es en el fondo una respuesta a esta serie de demandas.

Yo quisiera destacar que lógicamente la solución de un problema con un planteamiento tan superdeterminado se aleja de los niveles de la creación; está muy cerca de lo que se llama un ejercicio. Esto está más cerca de la solución de un test para entrar en una empresa; "vamos a ver qué hace usted con esto". Es un test o un ejercicio escolar; se nos da la estructura general, el material, la volumetría; yo creo que la imaginación queda claramente congelada.

Queda el recuerdo de las soluciones primeras, queda el comentario circular en los vidrios; es el comentario nostálgico a una serie de posibilidades que no pudieron hacerse.

Para el interior fui completamente a deshacerlo. Antes yo intentaba modelar el espacio como un escultor, modelarlo con ese techo con definición geométrica, pero que confirmaba este espacio y esta luz como si fueran de barro. Ahora resultaba perfectamente lo contrario, y con la solución mía, yo creo que se hubieran podido conseguir una serie de objetivos que tengo escritos; son increíbles: a) Era el crear el interior más neutro de todos los posibles. b) Que se eliminara completamente el diseño arquitectónico. c) Transfigurar el espacio alterando toda la relación de medida, de posición, de distancia. d) Que se amplíe este espacio hasta el infinito. e) Crear el más divertido ferri, fascinante interior a todas las tiendas del mundo. f) Y luego potenciar hasta un límite increíble el protagonista de esta tienda, que es el mueble.

La solución, el recubrir todas las paredes y el techo con espejos, toda con espejos y cristales de colores. Crear prácticamente el misterio del interior de una joya.



DETALLE DE TIENDA EN MADRID. ARQUITECTO: FERNANDEZ ALBA.

DETALLE DE TIENDA EN MADRID. ARQUITECTO: INZA.

Yo creo que esto se hubiera podido conseguir. Cuando hubiera hecho falta una pared opaca, se hubiera resuelto con un juego de cortinas que los hubieran tapado.

La propiedad de la tienda, ante la serie de catástrofes a que le había llevado yo durante cuatro años, decidió que el interior lo hicieran sus técnicos. Este interior me es ajeno completamente; queda el recuerdo de la idea mía con unos espejos, pero es un recuerdo claramente truncado.

FRANCISCO DE INZA:

Para llegar a esta obra nos ha hecho seguir un camino, para mí tan increíble, que realmente no sé qué decir, salvo que creo que pone de manifiesto un valor al que yo le doy mucho interés, y es el volcarse en un trabajo, aunque parezca pequeño, de poca importancia, con un entusiasmo casi sorprendente, pensando en esa frase, que me ha gustado mucho: "para un artista siempre es domingo".

Solamente quizá podría hacerle una objeción, y es que esta misma frase de que siempre es domingo se puede aplicar muy bien a lo que le dijo el presidente de esta casa, es decir, que le puso un domingo más, pero que seguramente seguía siendo domingo también, conservando los huecos, etc., etc., y prueba de que efectivamente es así es que a partir de estos al parecer obstáculos, tal vez razonables, le dio pie para iniciar un trabajo que, en definitiva, ha cuajado en una verdadera obra propia. ¿Qué hubiera sido de Fullaondo si el señor presidente de la Casa le hubiera autorizado a hacer el primero?

Yo pienso que ninguna casa nace hecha, como los

niños no nacen con bigote. Los proyectos se piensan de una manera y luego, a lo largo del desarrollo, para desgracia de las propiedades y de los contratistas, les van saliendo bigote, van creciendo.

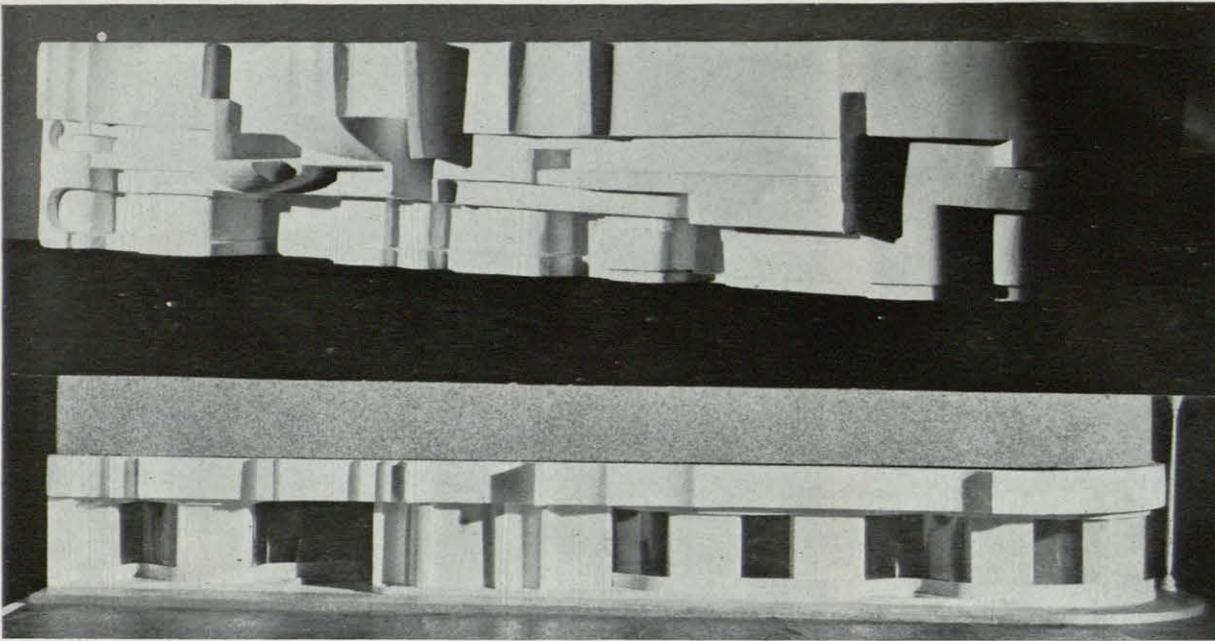
Se piensa que el niño va a ser rubio y a lo mejor no es tan rubio; a los veinte años se queda calvo.

¿Qué hubiera sido de cualquiera de estas (para mí)

impresionantes fotografías y estupendas maquetas que ha proyectado? ¿Se hubieran llegado a hacer? ¿Qué cantidad de problemas hubieran surgido? Seguramente muchísimos; a lo mejor, en definitiva, hubiera habido que pensar que el domingo que le propuso a Fullaondo el presidente de esta comunidad fue un estupendo domingo.

FERNANDO ALVAREZ, FRANCISCO DE INZA Y JUAN ANTONIO GAYA NUÑO, EN EL COLOQUIO.





Siento muchísimo que este interior no lo haya podido hacer, aunque creo que me alegro bastante de que no haya sido todo de espejos; creo que hubiera sido bastante terrible, pero encuentro que el ambiente interno está muy limpio y muy agradablemente logrado; los muebles están puestos de manera que no recuerda un cuarto de estar. Se nota que es una tienda, y, sin embargo, se está agradable.

Me gusta mucho la solución del techo; no sé si esta solución tiene un verdadero desequilibrio por el planteamiento de la fachada. A mí me parece que no; si yo no hubiera oído toda la historia de esta tienda me hubiera parecido que el interior está muy de acuerdo con el exterior y está muy bien.

El trabajo del exterior me parece, por lo menos, comparable al trabajo que le ha acarreado a Daniel Fullaondo el proyecto. Se me abren las carnes de pensar los ciscos que habrá tenido con los canteros, con los que cortan la piedra, con los replanteos. Una cosa tremenda—para mí demuestran (lo repito)—, una de las cualidades que más me interesan en un arquitecto que persigue como un auténtico rinoceronte una idea hasta que consigue llevarse el gató al agua, y, en este sentido pienso que Daniel Fullaondo ha cubierto una carrera tan desproporcionada, pero con una tenacidad y un entusiasmo que me gusta mucho.

JAVIER CARVAJAL:

A mí me parece la historia de la tienda importante, apasionante, increíble. Increíble porque nuestra sociedad es así, y hay que tomarla como es. La discordia absoluta que existe entre nuestra sociedad y el arquitecto.

Fullaondo es un arquitecto confiado, es un arquitecto con ganas de crear, con grandes posibilidades de creador, un arquitecto que está pidiendo a gritos que le salga algo importante para que lo haga. Es de estos arquitectos que le han encargado cosas pequeñas y que las ha hecho siempre fenomenalmente bien; las ha hecho siempre como con ganas de hacer algo más grande.

Mi opinión de la tienda. Todo el contenido previo, cultural, creo que hemos escuchado una lección de la Escuela, tan medido, tan proporcionado, tan profundo, tan poseído de aventura, esa aventura lastimosa, triste,

que tiene esa vertiente que Inza señalaba del tesón, de la voluntad, de la perseverancia, de seguir las cosas aun cuando parece que están ya sin remedio.

Yo estoy con Inza también en que porque nos lo dicen, si no existe la armonía, por dentro está muy bien. El que lo haya hecho, indudablemente, lo ha hecho con respeto hacia la obra de Fullaondo.

ANTONIO FERNANDEZ ALBA:

En el caso de Juan Daniel Fullaondo se da la doble circunstancia de que es un creador, un crítico de arquitectura y al mismo tiempo un arquitecto; esto corre un grave peligro. Al hacer la exposición del tema me parecía un poco que había mucho aspecto retórico (en el buen sentido de la palabra) y que después el contenido que pudiéramos sacar en consecuencia de todas las retóricas expresionistas de trabajo estaba reducida a una consecuencia; era expresar en una forma casi dramática este duelo entre la propiedad y el arquitecto, duelo que en el fondo lo que estaba denunciando era una sociedad que no correspondía a unos niveles de cultura. En este sentido yo creo que es de elogiar esta actitud de lucha por parte del arquitecto.

Me parece que el procedimiento del diseño, el procedimiento de proyecto es mucho más simple, aunque creo que es interesante su complejidad, que esté patente todo este análisis cultural previo. En este sentido me parece que es uno de los arquitectos jóvenes que se ha dado cuenta por dónde van las obligaciones del momento.

No creo que hoy la arquitectura se pueda sustentar sin una base cultural que debe ser asimilada, no crear una situación un poco de erudición que pueda desvirtuar la obra.

Creo que Juan Daniel Fullaondo, en este caso concreto, si hubiera eludido un poco su capacidad, su análisis, su gran cultura arquitectónica, es muy probable que hubiera llegado a consecuencias mucho más logradas, es decir, a un encuentro con una realidad. Determinados estratos de una sociedad tiene una realidad casi no percibida, pero me parece que en este sentido es donde está la capacidad creadora del arquitecto, al poder revelar esta necesidad un poco más calada y traducirla a un contexto cultural válido.

J. D. FULLAONDO:

Ante ese drama español y más de Madrid que no hemos sabido potenciar los afanes individuales a escala de grupo, por insolidaridad, por pequeños enfados, por pequeños resquemores.

En este momento yo creo que nos interesa conseguir potenciar a escala de grupo, a escala de solidaridad, estos esfuerzos que individualmente están ya conmoviendo al extranjero.

FRANCISCO SAENZ DE OIZA:

Yo hablo para decir que ésta es una necesidad que he sentido hace mucho tiempo, cuando le hablaba a Bidagor en la propia tienda de Darro y le decía: "Hay que ser tendenciosos; hay que fundar una revista y hay que tener una tendencia, que busco, precisamente, lo que me falta, que es esa necesidad de comunicación social de convivir en grupo, de no ser un pintor o arquitecto de caballete que realiza sus obras personales en su casa y a mano, y claro, si tú me dices ahora que esa necesidad sentida de potenciar, de expresarse con más peso en la vida exterior, en la sociedad, que la acción individual o personal, egoísta y contradictoria de unos con otros, me parece perfecto."

Lo que yo creo es que efectivamente aquellos señores que potenciaron La Bauhaus catalizaron o dieron como resultado el desarrollo en cascada de una forma cultural que se les venía encima, que ellos expresaron de una manera gráfica a través de la arquitectura, el diseño, el urbanismo.

¿Estamos nosotros en España en esta situación?

J. D. FULLAONDO:

Podemos estarlo; creo que es un problema de solidaridad, no de tendenciosidad, o sea de buscar el denominador común que tenemos, aquello que nos une, no lo que nos separa, y potenciarlo a escala de grupo.

F. SAENZ DE OIZA:

El amor a la arquitectura nos une a todos; su lema es que no hay una comunicación, una comunión, una idea común.

JUAN M. RUIZ DE LA PRADA:

El problema es de fondo. Yo no hablaría de personas, sino de un mal que nos aqueja a toda la profesión. El problema es que la arquitectura, el buen arquitecto, el amante de la arquitectura en este momento no es una persona grata al cliente, porque la buena arquitectura no es grata al cliente.

Hay en España en estos momentos muchos arquitectos muy buenos y que no son gratos al cliente, y es que hay ruptura entre el cliente y el arquitecto.

El arquitecto está un poco al servicio del hombre y el cliente pretende vender sillas en un caso o vender pisos en el mío o en el de otros señores. Si yo le hago un piso que no convence a lo que él cree, o prosigo sus criterios o yo me voy.

Comparo con una escalera; yo estoy en un peldaño

y el cliente mío está en el peldaño de abajo, pero lo que no estoy ni pretendo estar es que el cliente mío esté abajo y yo esté en el peldaño del primer piso con trece peldaños, porque entonces hay una distribución, un divorcio total. Por eso creo que conseguiríamos mucho (por lo menos es lo que pretendo yo y en este caso estoy personalizando) yendo poco a poco, que este señor fuera acercándose a mí.

RAFAEL MONEO:

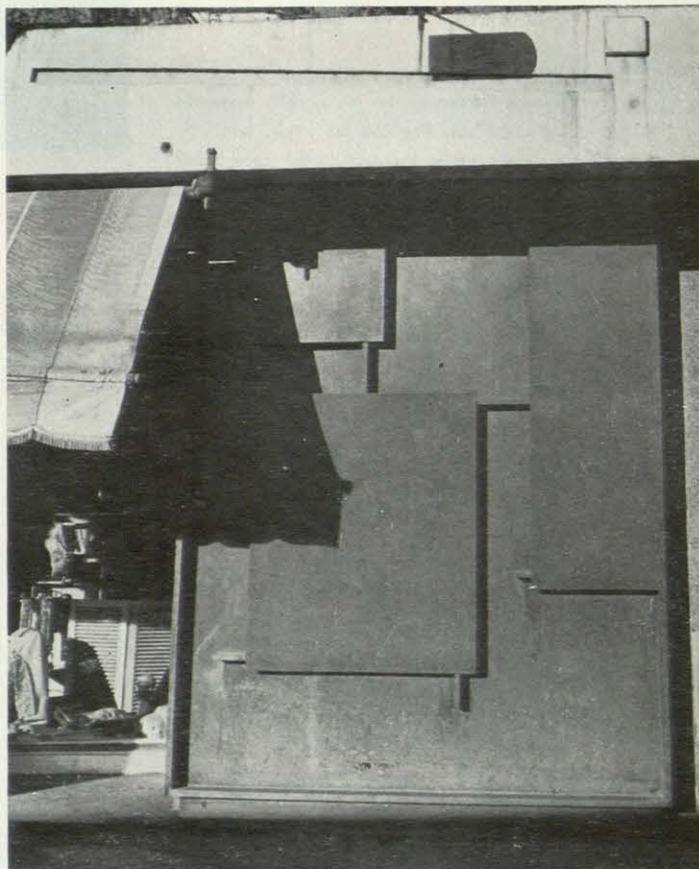
Aludo a la obra de dos grandes arquitectos: José Antonio Corrales y Ramón Molezún, y en modo alguno tiendo a degradar su trabajo, sino a subrayar la situación social y económica en que nos encontramos. Creo que si se hace un análisis real y sincero de la trayectoria que han seguido José Antonio Corrales y

Ramón Molezún y se la compara con la de cualquier otro de los miembros de su generación a escala universal, queda por bajo, y queda por bajo no por menos talento, o menos dotes, sino porque, para pervivir, les ha sido preciso adaptarse al medio. Mi opinión personal es la de que es preciso hablar con crudeza para tomar conciencia de la posición en que nos encontramos, de la posición real.

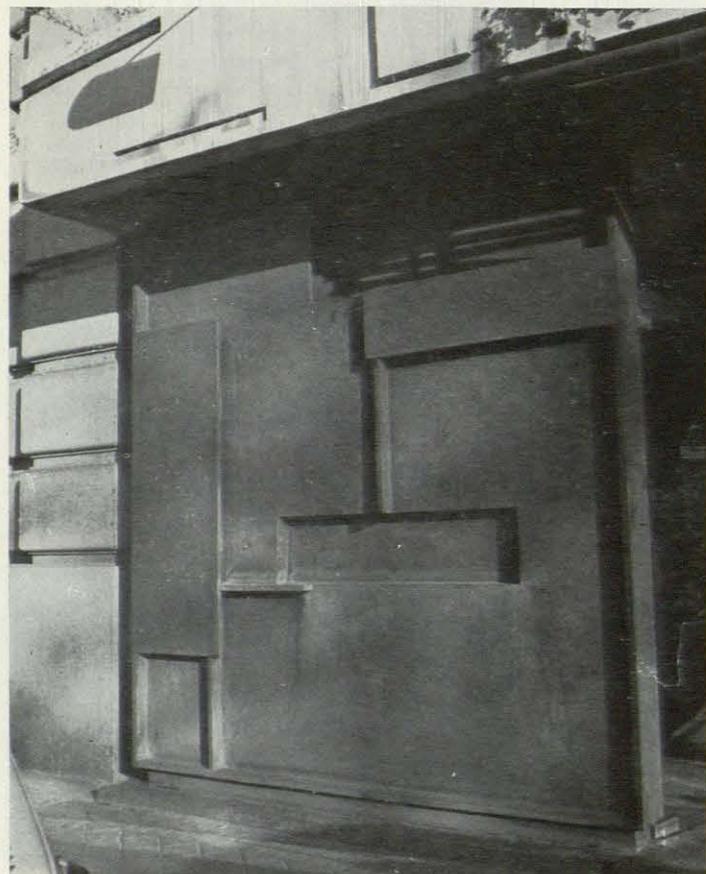
Es un esquematismo, pero cabría dividir la profesión en arquitectos que tratan de hacer muchísimos proyectos y ganar muchísimos honorarios y arquitectos que tratan de publicar muchísimas cosas y de ser muy conocidos dentro de los círculos profesionales; los dos caminos son, a mi modo de ver, tremendamente destructivos y apartan al arquitecto de lo que debe ser su trabajo integrado en una sociedad a la que servir y con la que han contraído obligaciones que respetar.



EL ARQUITECTO
SAENZ DE OIZA.



MURALES DEL ES-
CULTOR JORGE DE
OTEIZA EN UNA
TIENDA EN LA CA-
LLE GOYA, EN MA-
DRID.



LOS ARQUITECTOS
HIGUERAS E IÑI-
GUEZ DE ONZOÑO.



Corrales y Molezún, de un tiempo a esta parte, han abandonado la investigación, si es que cabe dentro del limitado panorama industrial español, y se han lanzado a ese campo neoplasticista que no da, me parece, resultados muy brillantes. Ciertamente que en el resto de los países se autovaloran y autofinancian los valores intelectuales de su gente, pero más que lograr una potenciación con resonancias en el exterior me preocupa el trabajar a pleno rendimiento, el trabajar integrado sin caer en la división esquemática que acabamos de hacer.

El caso de Corrales y Molezún es uno de los casos de despilfarro más patentes en la arquitectura española de la postguerra. Me parece importante el señalar esta sensación de despilfarro de talento en un par de arquitectos que por no comprometerse intelectualmente han malogrado las esperanzas que teníamos puestas en ellos; es duro, pero pienso que es obligado el decir esto cuando se habla de potenciación.

MARIANO BAYON:

Aquí ha hablado Fullaondo de un posible parecido entre lo que se formó con Bauhaus, es decir, una vanguardia de trabajo de todos los arquitectos para llegar a una sociedad; y lo que tenemos presentado yo creo que cualquier parecido es pura coincidencia. Me parece que la situación social, la situación económica, no tiene nada que ver con aquélla y, además, no tiene nada que ver por una cosa que no tiene nada que ver ni Corrales ni Molezún ni Oiza ni nadie, sino que, sencillamente, lo que está dando es un caso corriente de sentir muy intelectual respecto a los problemas de la sociedad. Me parece que ninguno de los arquitectos que están aquí reunidos ni otros que pudieran estar fuera se han preocupado de ver cuáles son las relaciones que les liga a la sociedad. La profesión de arquitecto es algo que tiene que ver bastante poco con las necesidades que se plantean ahora mismo. Creo, además, que existe una situación de "arquitectura de arquitectos" que en un momento dado de la cultura, nuestra cultura (que no se refiere sólo a España, sino a casi todo el mundo), se han diferenciado en un punto en lo que son los trabajos constructores de la humanidad y lo que son los trabajos de los arquitectos. En un momento dado los arquitectos han hecho la arquitectura de los arquitectos y no han hecho la arquitectura que correspondía a este momento. De esta forma, aclaro, lo mismo que se puede hablar de la arquitectura de los arquitectos españoles se puede hablar también de la arquitectura de los arquitectos franceses.

Yo pondría en prueba a un marciano que viniese a la tierra y observase las características con que se dan los hechos de arquitectura. No nos olvidemos de que la arquitectura de que estoy hablando es la de los trabajos de la humanidad.

Si hacemos una foto de Beirut, es la misma arquitectura de Madrid, de Helsinki, de todas las partes del mundo. No tenemos por qué hablar de la arquitectura de los arquitectos, sino la de la humanidad, la real, la que se está haciendo todos los días, y creo que los arquitectos están pensando siempre en una situación evasiva respecto a estos problemas.

Pienso que cuando la sociedad nos repugna a los arquitectos es sencillamente porque éstos no se han puesto delante del problema constructivo de la humanidad. Siempre son problemas evasivos y muchas veces muy íntimos, tan líricos como pudiera ser cualquier actitud que no tuviese nada que ver con la habitabilidad.



EL ARQUITECTO RAFAEL MONEO.

La verdad es que las sumas de dinero que se manejan en el negocio son alarmantes y que tienen que ver los arquitectos, pero éstos no tocan los medios. Pondría como ejemplo la propiedad que ha llevado a cabo las Torres Blancas. Se podría muy bien haber organizado una construcción a escala de país mucho más eficaz que construir un solo monumento de arquitecto, pero los arquitectos estamos empezando a ser olvidados por aquellos que manejan el monopolio constructivo de un país; no hay planificación, tampoco hay posibilidades de que los arquitectos influyan en esta planificación.

Los arquitectos también se olvidan de cuáles son los estamentos en que se mueve la construcción de los países; estamos hablando de cosas diferentes. La so-

ciudad no sabe nada de nuestras especulaciones. Nos reunimos aquí para criticar una sala que no tiene nada que ver con relaciones que la ligan a una serie de cosas. Es decir, el humano viviente, habitador de las casas que le estamos haciendo, no entiende nada de todo esto. A mí me gustaría saber qué es lo que opina (si se puede llegar a un habitante medio español) de todas las cuestiones que criticamos aquí.

F. SAENZ DE OIZA:

Hasta que yo no haga la construcción de la calle, no me llamarás arquitecto de la calle.

Tú quieres que mi arquitectura se confunda con la de la calle cuando los señores de la calle no quieren

LOS ARQUITECTOS MIGUEL DE ORIOL Y MARIANO BAYON.



construir (como ha dicho muy bien Moneo) más que para renta; en una sociedad que lo que le interesa son metros cúbicos rentables, el arquitecto no tiene nada que hacer.

M. BAYON

Estamos haciendo una cultura aparte de la sociedad, y esto, concretamente, en su caso es probable que no; es probable que quizá si en vez de preverse una Torre Blanca lo que se hubiera hecho son quinientas mil Torres Blancas, se llegaría a una prefabricación, que, lo mismo que en el dibujo de Le Corbusier, de la mano se metería un bloque enterizo prefabricado de hormigón en un sitio donde la artesanía no tiene nada que hacer, que es como se está haciendo en las Torres Blancas. Sencillamente, lo que pasa es que estamos a un lado.

Si nosotros podemos seguir todavía moviéndonos en nuestros pequeños compartimientos, tratando de criticar un giro de Van Derburg metido en un rincón de una ventana, entonces no valemos para nada. Si aquella fuerza que tenía Le Corbusier, aquella fuerza que tenían los primeros fundamentos de la Bauhaus se compara con esto, cualquier parecido es pura casualidad.

R. MONEO:

Nuestra operatividad no es en absoluto comparable con la del Bauhaus; es una tontería que nuestros ideales de actuación deban ser paralelos a los del Bauhaus. Hay que pensar que nuestro trabajo ha de contar con la podredumbre cultural en que nos movemos; mientras no tengamos conciencia de que tenemos que arrancar desde un nivel muy bajo, es una tontería pensar en el entusiasmo como palanca motora. Hay que pensar en los datos de la razón; no valen los ejemplos de otras situaciones en que el entusiasmo ha sido elemento fundamental. Lo que hace falta es un análisis que permita a la clase profesional de arquitectos definir la situación en que se encuentra.

MIGUEL DE ORIOL:

A mí me parece que antes de empezar a hablar de arquitectura os leyeráis un artículo que todavía no está traducido, pero que sería conveniente que se tradujera, que se llama "Cincuenta años de capitalismo", y que es contestación a "Cincuenta años de marxismo".

El señor Fullaondo, que ha sido el origen de la discusión, de la conversación y todo lo demás, yo no conozco su obra porque las pocas cosas que conozco son de fotografías, y la pequeña cosa que conozco en realidad es esta que él ha criticado a conciencia y con mucho rigor, pero conozco lo que escribe y lo que dice. Todo lo que se ha dicho en esta conversación, que me parece destructivo y que unos nos atacamos a los otros, lo único constructivo que me parece de esta reunión es comentar un poquito la mentalidad que tiene este hombre, no lo que hace (con lo que no estoy nada de acuerdo), sino lo que dice. A mí me parece que la arquitectura del momento actual tiene dos ramas: una que sigue apoyada en esa Bauhaus que tanto se critica, pero que es madre de todos nosotros, y otra que son ramas de ese mismo eje central y que se personaliza en distintos grupos arquitectónicos que tiene cada uno su personalidad propia, pero que siguen apoyados en ese esquema central.

El arquitecto joven, al salir de la Escuela (pongamos el caso de Fullaondo y me pienso apoyar en él), puede ser muy inteligente, tener una capacidad de análisis extraordinaria, pero normalmente, por ser joven, le falta capacidad de síntesis; y necesitamos equivocarnos y

aprender de las equivocaciones. Oiza, que es uno de los arquitectos que más fuerza tiene del país, habiendo hecho obras de una fuerza extraordinaria, creo que se ha equivocado en todas las que ha hecho, a pesar de que le admiro extraordinariamente, pero no creo que ha acertado una sola, y el ejemplo máximo de error probablemente es el caso de Torres Blancas. Ocurre que nos preocupan tantas cosas y queremos meter todas esas preocupaciones dentro de una obra y nos equivocamos en el enfoque genérico de ella. La diferencia del maestro al alumno es que el maestro prescinde de todas esas preocupaciones y dice: el enfoque es éste, y, acierta con ese enfoque y entonces cumple con la sociedad a la que se debe, porque la misión del arquitecto es crear un ambiente inteligente para que el hombre, dentro de esa misma inteligencia, pueda desarrollar a su vez su inteligencia, pueda gozar de esa inteligencia y ser más hombre, más inteligente, más racionalista.

ESTE LOCAL COMERCIAL A QUE SE HACE REFERENCIA EN ESTA SESION DE CRITICA DE ARQUITECTURA SE HA PUBLICADO, CUMPLIDAMENTE, EN EL NUMERO 23-24 DE "FORMA NUEVA" Y EN EL NUMERO 104 DE LA REVISTA "ARQUITECTURA".

LAS FOTOGRAFIAS QUE ILUSTRAN LAS PAGINAS DE ESTE NUMERO, DEDICADAS A LOCALES COMERCIALES, SON DE ESTOS FOTOGRAFOS:

BATLLES. CATALA ROCA. CONTRERAS Y VILASECA. DOLCET. EHRMANN. FOCCO. GARAY. GOMEZ. C. JIMENEZ. MASPONS-UBIÑA. MOMITO. NUMAY. PANDO. PORTILLO. RIOJA. SALGADO. WUNDERLICH.



LA INTERVENCION DEL ARQUITECTO RUIZ DE LA PRADA.

DETALLE DE LA FACHADA DE LA TIENDA.

