

FACHADAS DE TIENDAS

Arquitectos: Enrique Lantero
y Damián Galmes

Misión.—La tienda es un establecimiento comercial dedicado a vender mercancías al público. Toda su organización se centra en hacer más asequible y atractiva la mercancía.

Para vender hay que conseguir que el público entre en el local, y el punto de contacto entre la tienda y el público es la fachada. Por eso, el carácter de la fachada de una tienda es análogo al de un cartel de anuncio, y, como tal, debe cumplir ciertas misiones:

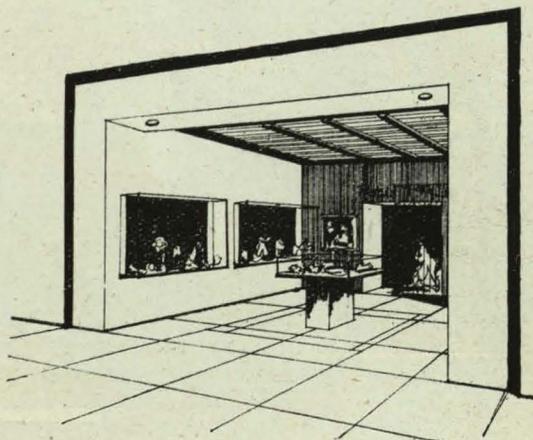
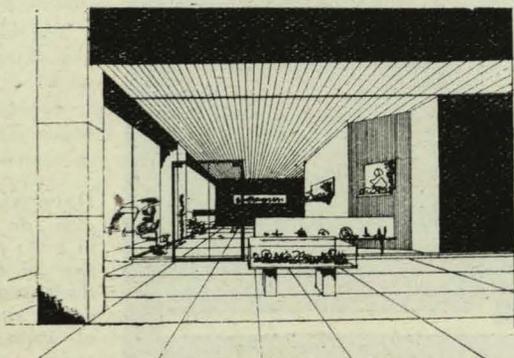
a) Llamar la atención sobre la tienda, misión tanto más difícil cuanto más comercial sea la calle en que está situada, por la presencia de otros muchos carteles en competencia.

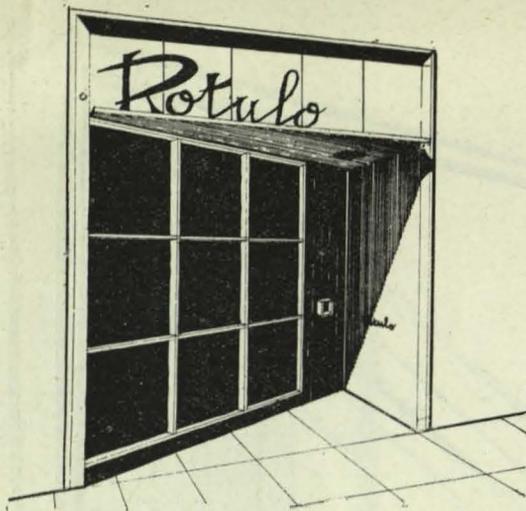
b) Diferenciar la tienda, dándole un carácter en consonancia con la mercancía que vende.

c) Presentar la mercancía de la manera más atractiva, y, si es posible, indicar toda la gama de las existencias.

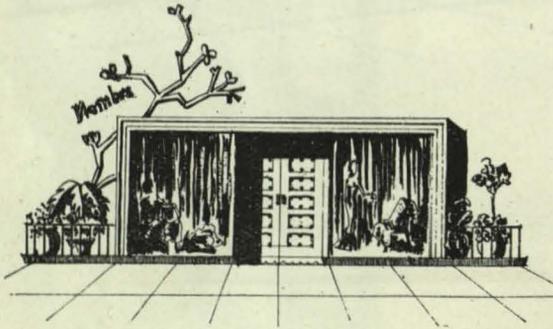
Abajo: Soportal en tienda de esquina. Escaparate abierto y vitrinas.

A la derecha: Zaguán en tienda entre medianeras. Se triplica la superficie de escaparate.





Ligero ensanchamiento de la acera a expensas de la superficie de tienda, dirigido hacia la puerta de entrada.



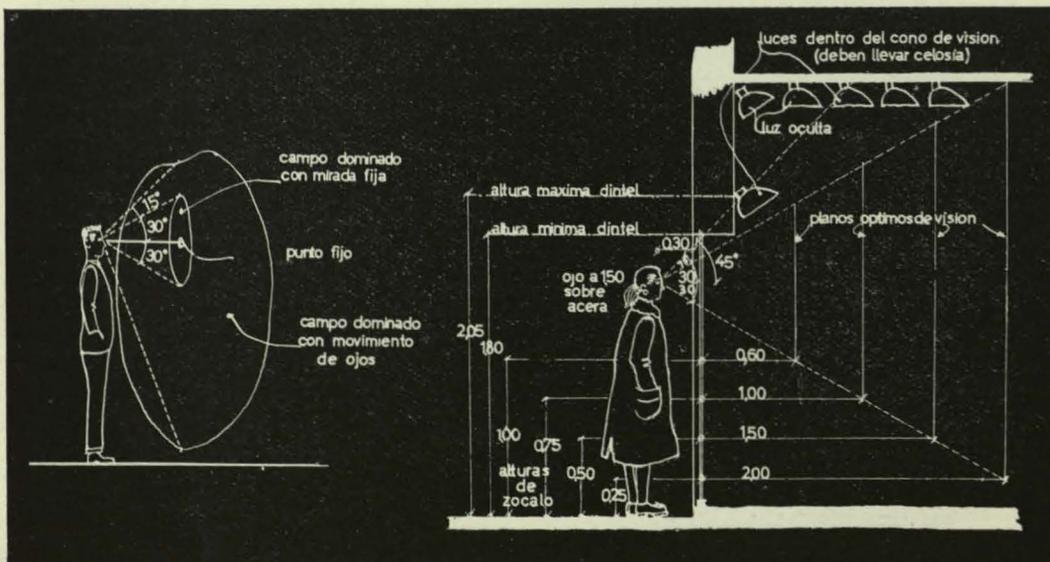
Fachada con escaparates cerrados. Efectos de iluminación dramáticos.

d) Conseguir que el presunto cliente entre en la tienda, facilitando todo lo posible el tránsito de la calle al interior.

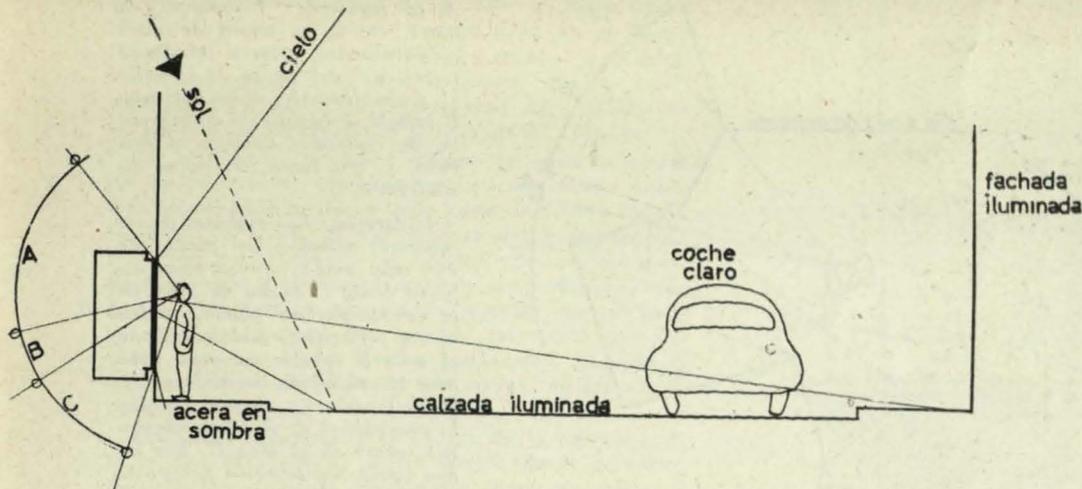
Atracción.—El tiempo de que se dispone para llamar la atención de un presunto comprador sobre la fachada es muy breve. La fachada, considerada como cartel, debe ser algo que destaque en el campo visual, ya sea por color, luz, materiales, composición, etc., ya sea por contraste. En general, para el observador lejano tendrá un aspecto de cartel en dos dimensiones; pero para el próximo, el peatón que circula por la acera, el campo de visión se reduce prácticamente al escaparate; la técnica publicitaria puede utilizar aquí fácilmente la tercera dimensión, con el correspondiente aumento de posibilidades.

El peatón que se detiene ante un escaparate forma parte de una masa en movimiento que circula por la acera, que tropieza con él. El proceso de atracción resultaría favorecido si se pudiera sacar a este peatón de la corriente, proporcionándole comodidad para contemplar la mercancía expuesta. Por ello no es siempre la mejor solución llevar los escaparates a la línea de fachada; en muchos casos, el destinar una superficie mayor o menor a zaguán o pórtico compensa, en poder de atracción, la pérdida de espacio interior. Por otra parte, estos zaguanes permiten aumentar la longitud de la línea de escaparates, utilizar diversos sistemas de exhibición dando variedad al conjunto; crean escaparates en sentido normal a la circulación, que resultan más visibles a los peatones que no están inmediatamente frente a la tienda, y son un primer paso, insensible, hacia el interior.

Exhibición.—Existen dos criterios fundamentalmente distintos de tratar el escaparate según se proyecte que tengan o no fondo. Los escaparates con fondo son en realidad escenarios de exhibición de mercancía; deben estar dotados de una instalación eléctrica muy completa y flexible, luces directas y difusas, focos, luces de color y de múltiples formas. En ellos, la mercancía



Determinación de dimensiones del escaparate teniendo en cuenta el cono de visión.



Efectos de los esplendores de las superficies circundantes en la visibilidad a través de una luna en acera de sombra. Cualquier objeto expuesto en el arco A, que refleja las superficies de cielo y las fachadas de la acera de enfrente, resultará poco o nada visible. Los coches en movimiento empeoran las condiciones. En el arco B, las condiciones serán tanto mejores cuanto más oscura de color sea la calzada. En el arco C, la visibilidad es buena.

puede tratarse con todo dramatismo; pero las posibilidades de exposición son limitadas: el total de mercancías en existencia tendrá que turnarse para llegar al público exterior.

Los escaparates sin fondo responden a la idea de que, mejor que exponer por turno parte de la mercancía, es exponer de golpe toda ella. También influye probablemente el hecho de que la competencia obliga a cuidar extraordinariamente la decoración, iluminación y exposición de mercancías en el interior, y por eso es buena idea el utilizar el gasto hecho por partida doble: como zona de venta y como elemento de atracción. El escaparate sin fondo permite la colocación de vitrinas de mesa por debajo de la línea de visión, que aumentan su capacidad de exhibición y, en caso necesario, el empleo de fondos móviles, con lo que se consigue gran flexibilidad en su utilización. La buena disposición de la mercancía en el escaparate, a efectos de su visibilidad, nos lleva a considerar la amplitud y características del campo de visión.

Los ojos del observador están a una altura del suelo que podemos tomar como de 1,50 a 1,60 metros, como término medio.

Campo visual.—El campo que abarca la vista depende, en primer lugar, del campo del ojo, aumentado por los posibles movimientos del globo, de la cabeza y del observador.

La visual del ojo abarca un cono de 60°, dentro del cual la visión es clara; pero percibe también una zona de más de 80 a 90° a los lados y hacia abajo, y de 30 a 40° hacia arriba (limitación impuesta por las cejas), dentro de la cual advierte las formas, el esplendor y el movimiento de una manera secundaria; pero domina esta zona mediante movimientos del ojo, que centran la visión en el punto que nos llama la atención.

El giro de la cabeza permite ampliar este campo en sentido horizontal y hacia abajo; pero, en cambio, es poco frecuente, y resulta incómodo mirar hacia arriba desviando la visual más de 15° sobre la horizontal.

En resumen, el campo visual puede considerarse como limitado en sentido horizontal y hacia abajo, y limitado por un ángulo de 45° hacia arriba.

Estas características del campo de visión son aplicables al trazado de los escaparates, pues si el cono de visión correcta es el de 60°, debemos tratar de que la mercancía expuesta caiga dentro de él, y de tal manera, que se pueda abarcar con una visual en su totalidad. Combinada esta característica con la limitación del campo visual por encima de los 45°, permiten de-

terminar, *grasso modo*, las características de altura del escaparate, dintel y zócalo, así como la colocación de luces donde no molesten al observador.

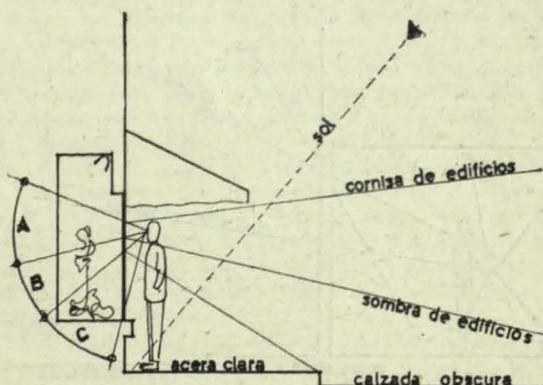
Servicio.—Puesto que el escaparate sólo permite exponer parte de la mercancía, y, por tanto, hay que renovar de cuando en cuando su contenido, es de gran importancia el proyectar accesos fáciles que permitan estos cambios.

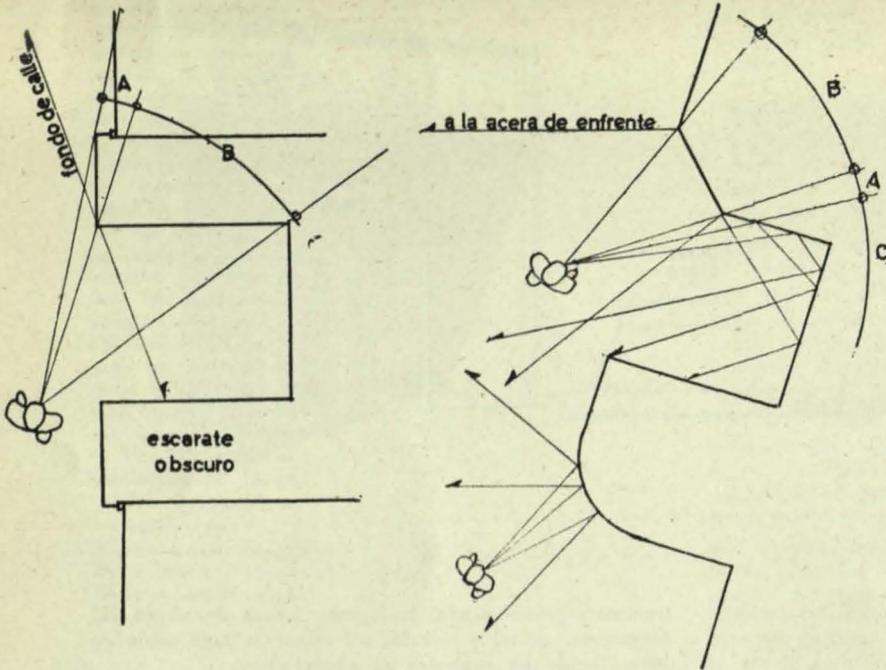
Estos accesos de servicio pueden hacerse de todos los tipos, bien horizontales o bien descolgando la mercancía desde un nivel superior, o también con plataformas de escaparates que puedan bajar al sótano, donde se visten y decoran para volver a subir.

Un aspecto importante del proyecto de escaparates se deriva del hecho de que van cerrados con lunas de cristal.

Velado.—La luna, cuando está limpia, es perfectamente transparente, con dos superficies pulidas que ac-

Escaparate en acera de sol. Lleva toldo que protege de los efectos directos del sol, pero reduce la iluminación del escaparate. En los arcos A y B se ve bien, siempre que la calzada sea de color oscuro. Dentro del arco C, la reflexión de la acera iluminada y de color claro creará un velo molesto para la visión.





A la izquierda: Escaparate en túnel. Desde el punto de vista más frecuente, el arco A admite reflexiones del fondo de la calle y, probablemente, cielo. El arco B refleja el escaparate de enfrente, de esplendor análogo al mirado, y, por tanto, da buena visibilidad.

A la derecha: Las esquinas de escaparate, matadas con planos de 45°, muy usados por su buen aspecto desde el punto de vista de la circulación en planta, suelen causar reflexiones molestas. Todo el arco B resulta así poco apto para la exhibición de mercancías. Debe tenerse en cuenta también la posibilidad de dobles reflexiones, como en el arco C. Las lunas curvas son también peligrosas cuando pueden reflejar superficies de esplendor alto, pues la imagen resulta deformada, concentrando la superficie en manchas muy molestas.

túan como reflector de en 8 por 100 de la luz incidente.

Cuando el interior del escaparate está más oscuro que el exterior, la luna actúa como espejo, y refleja las superficies del cielo, edificios iluminados, calle, etc.

Esta reflexión se interpone entre el observador y la mercancía, impidiendo la visión. La mayor o menor importancia de las reflexiones depende de la relación entre el esplendor de la superficie reflejada y el de la mercancía. Si la razón es la unidad, el velado que sufre la mercancía es solamente apreciable, y las condiciones de visión pueden considerarse aceptables; para un valor 2 de esta relación, el velado empieza a molestar, y si llega a 5, la mercancía es prácticamente invisible.

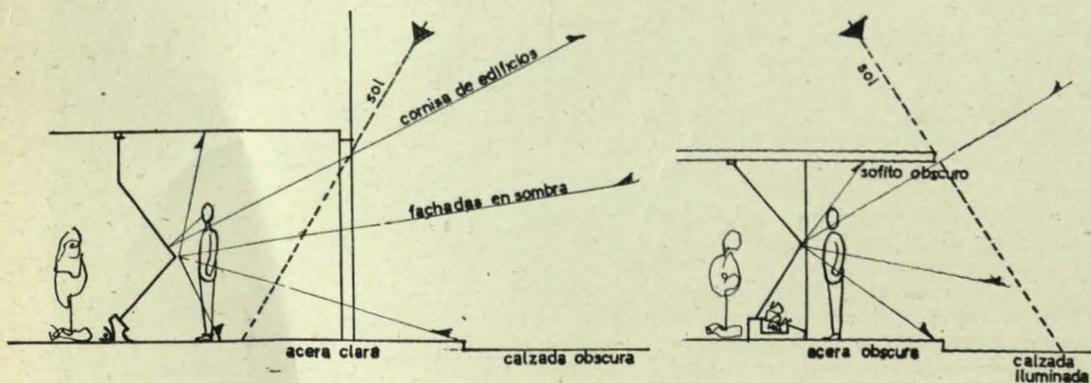
Para evitar la formación de estas imágenes reflejadas que velan la mercancía hay dos caminos: uno, aumentar el esplendor de la mercancía hasta que su relación con el de las superficies reflejadas sea 1, o bien procurar que en la luna no se reflejen más que superficies de bajo esplendor.

El primer sistema se lleva a la práctica aumentando la iluminación. El esplendor de una superficie depende de la iluminación y del coeficiente de reflexión de

la superficie. Durante el día convendrá que los escaparates reciban una iluminación lo más próxima posible a la del exterior, ya sea por artificios constructivos, que permitan el acceso de la luz natural, o reforzando ésta con luz artificial. Este refuerzo con luz artificial suele ser costoso, puesto que obliga a instalar grandes potencias y a la eliminación del calor, que pudiera deteriorar la mercancía.

El segundo sistema se basa en disposiciones geométricas de las lunas, tanto en planta como en sección, que son el resultado de la aplicación de las leyes ópticas para eliminar la imagen de las superficies brillantes. Los sistemas variarán según la orientación de la tienda, pues ésta determinará si lo que se trata de eliminar es la reflexión de sol directo o de cielo luminoso, la de fachadas brillantes en la acera opuesta o la de acera propia muy iluminada.

Iluminación.—En la iluminación artificial de escaparates debe tenerse en cuenta que el ojo no percibe la energía empleada, sino la reflejada por fondos y mercancía, es decir, el esplendor y los contrastes del esplendor. Por ello es esencial eliminar del campo de visión los puntos de luz que producirían deslumbramiento.



A la izquierda: Tienda con marquesina o soportal, luna en diestro de arista horizontal para no reflejar más que acera y cielo raso.

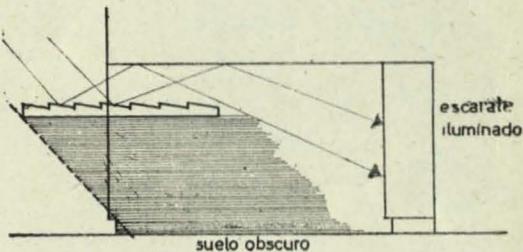
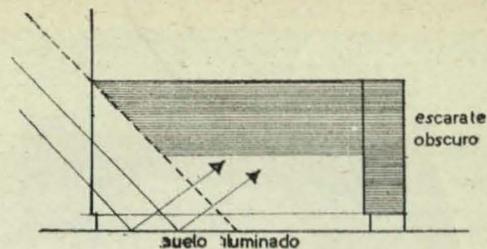
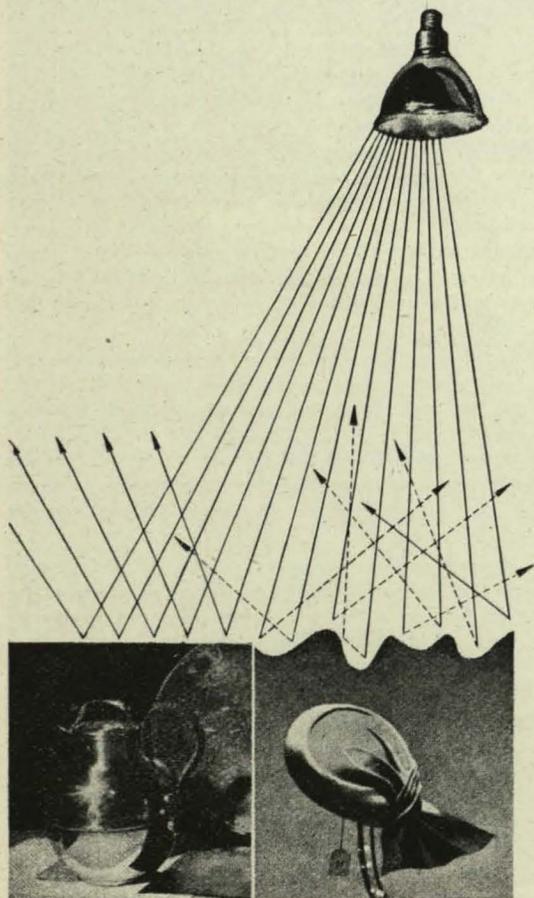
A la derecha: Solución análoga para local situado en acera de sombra.

miento, anulando la visibilidad. Esto se logra disponiendo los focos de modo que no estén en el campo de visión, o sea a más de 45° por encima de la horizontal del ojo, o interponiendo celosías que los hagan invisibles, y como regla casi general, dirigiéndolos en el sentido del observador a la mercancía. (Fig. 6.)

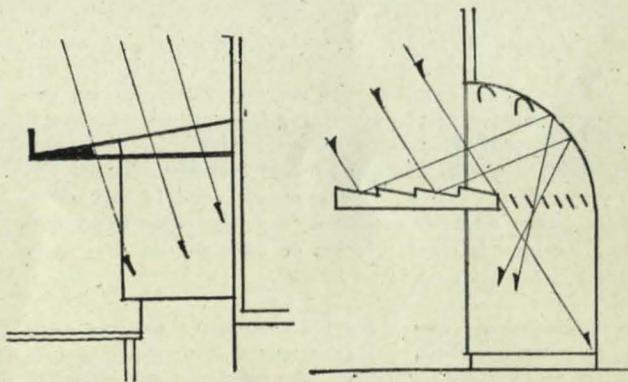
Por otra parte, no basta con que el nivel luminoso de las superficies expuestas alcance un cierto valor. Una iluminación uniforme sólo pone de relieve las diferencias de color. El ojo necesita del contraste para reconocer perfectamente los objetos y darles volumen. El sombreado y la sombra arrojada son esenciales, aunque no debe forzarse el contraste, pues las sombras fuertes no sólo producen un conjunto duro, sino que impiden la visión de los detalles sombreados. El ideal es un nivel luminoso adecuado con acentos de luz dirigida que creen sombras transparentes.

También es importante la textura de la superficie de la mercancía expuesta. A los efectos de la reflexión, las superficies pueden considerarse como especulares o difusoras. Son especulares aquellas que reflejan haces luminosos sin deformación, y son difusoras las que reflejan el haz luminoso quebrándolo en todas direcciones. Con carácter general puede decirse que las superficies especulares requieran fuentes de luz difusa, que no produzca imágenes de puntos excesivamente brillantes, que resultarían deslumbrantes por contraste. Este es el caso de los objetos de plata, por ejemplo. Para la exposición de este tipo de objetos es mejor lograr los efectos de contraste y acento por reflexión de colores de los fondos que con fuentes de luz dirigida. Hay

Superficies especulares y difusoras.



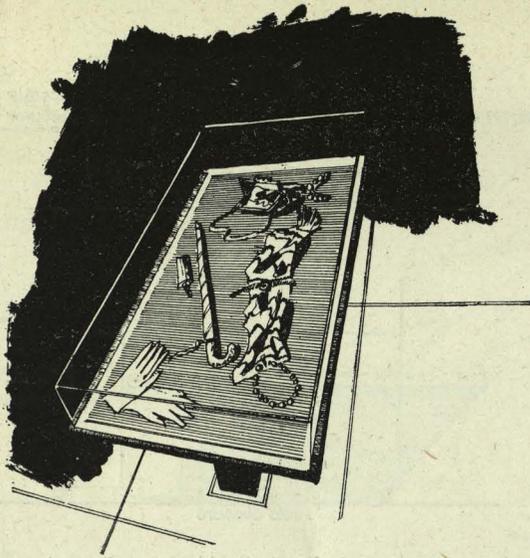
Una solución para la mejora de la iluminación natural de escaparates en fondo de zaguán, a base de una marquesina reflectora a media altura.



Dos tipos de soluciones para mejorar la iluminación natural de escaparates salientes sobre la línea de fachada o a los haces de la misma.

excepciones, como algunos objetos de cristal, las piedras talladas, etc., en las que se consiguen mejores efectos con luz dirigida; pero es que en estos casos de talla la multiplicidad de superficies especulares cambia el carácter del conjunto, haciéndolo difusor. Las superficies difusoras, tales como telas sin brillo, se iluminan más efectivamente con luces puntuales sobre fondo difuso. La iluminación difusa da el nivel luminoso para la buena visibilidad, y las luces concentradas arrojan las pequeñas sombras, que ponen de relieve el grano y calidad de la tela. Las telas, que, como la seda, son muy reflectoras, también entran en esta categoría; aunque en este caso, más que el grano, lo que conviene destacar con los efectos de sombra es la calidad en los pliegues.

Los fondos sobre los que se exponen las mercancías deben también tenerse en cuenta a efectos de la visi-



Vitrina de mesa, fija, situada en islote.

bilidad, buscando ligeros contrastes, tanto de esplendor como de color y textura.

El color de la luz empleada tiene interés en cuanto puede alterar los colores de la mercancía. Si bien hay ciertos tipos, especialmente los especulares, en los que convienen las luces de color; y las luces azuladas mejoran la calidad aparente de los brillantes, lo más probable es que se necesite una luz parecida a la del sol.

En la práctica se ha comprobado que lo que mejor resultado da es la combinación de lámparas fluorescentes e incandescentes; la luz de cada una de ellas suple las deficiencias de la de la otra.

Vitrinas de mesa.—En los escaparates abiertos o en los zaguanes y porches de acceso a la tienda, e incluso en el interior, las vitrinas de mesa son un magnífico medio auxiliar de exhibición para mercancía pequeña. Pueden ser móviles o fijas, según se desee mayor o menor flexibilidad de disposición. Deben quedar por debajo del nivel del ojo, a distancia tal, que, por lo menos, gran parte de ellas se abarque en el cono de visión centrada, y, por otra parte, conviene que no estorben a la vista del resto de los escaparates o fondo de la tienda. Generalmente se proyectan con la tapa de cristal practicable, para facilitar los cambios de mercancía.

La iluminación de estas mesas se hace mejor desde el techo, inmediatamente encima de ellas, pues así se evitan los brillos, que podrían deslumbrar, y el que el observador arroje sombra sobre la mercancía.

Hornacinas.—Para objetos reducidos, cuya exhibición debe hacerse a la altura de los ojos y en plano próximo al observador, es útil el empleo de hornacinas, cuyo pequeño tamaño permite situar con gran libertad. En ellas la iluminación suele disponerse embutida lateralmente, cuando se empotran en la pared o tienen costados opacos, o bien en el techo, cuando van voladas. El empleo de hornacinas salientes con costados opacos es poco frecuente, porque restan visibilidad; en caso de volar la hornacina, es preferible tratarla toda como una mensula con cubierta de cristal e iluminar desde el techo. En el caso de hornacinas empotradas, tiene gran importancia la moldura de encaadre, pues de ella depende el carácter decorativo que se desee conseguir.

Accesos.—El acceso desde la calle al interior de la tienda es tan importante desde el punto de vista de atracción como los escaparates mismos. Representan la última oportunidad para inducir al cliente a entrar. Las puertas deben aparecer no como una barrera, sino ser fáciles de mover y aparentar ligereza. Las puertas de cristal templado cumplen con estos requisitos, pero tienen el inconveniente de que su montaje requiere dejar una junta vertical lateral, por la que entran polvo y corrientes de aire frío. Las puertas de cristal con bastidor metálico, aunque de aspecto algo menos ligero, no tienen ese inconveniente. En algunos casos, la composición de la fachada pide una puerta maciza; por ejemplo, en fachadas tratadas con mucho cristal, la puerta maciza acentúa la transparencia del frente, por contraste, y puede imprimir carácter a la tienda. La situación de las puertas debe estudiarse con mucho cuidado. Es importante que estén bien relacionadas con el tráfico interior, y en cuanto a la situación respecto de los escaparates no es aconsejable, en líneas generales, la disposición en el eje de simetría. La puerta de acceso a eje divide los escaparates en dos sectores iguales, que restan flexibilidad a la disposición de la mercancía; colocada fuera de eje, se consigue, por lo menos, un escaparate relativamente grande, que puede utilizarse como un solo ambiente o compartimentado en sectores, según las necesidades. Las entradas en chafalón son casi siempre una mala solución, puesto que ocupan el sitio más visible para la exposición de mercancías y el mejor iluminado.

Las diferencias de nivel entre el suelo de la tienda y la acera conviene resolverlas de modo que en la puerta no existan escalones. Unos escalones a la entrada marcan el límite entre el interior y el exterior de manera excesiva, llamando la atención sobre el momento de la entrada. Puede resolverse el problema con rampas suaves cuando la diferencia de nivel es pequeña, o llevando los escalones al interior, dejando el acceso a nivel con la acera.

Rótulos.—El rótulo es casi siempre el motivo principal de la composición en la parte alta de la fachada. Su misión es identificar la tienda y llamar la atención del observador lejano. El rótulo y su fondo pueden considerarse, sin esfuerzo de imaginación, como un cartel plano de anuncio, para cuya mayor o menor efectividad se cuenta con elementos como la luz, el color y las formas de letras o elementos decorativos. El contraste entre letras y fondo tiene aquí gran interés, puesto que no es frecuente contar, como en la parte de escaparates, con la posibilidad de utilizar tres dimensiones en la composición.

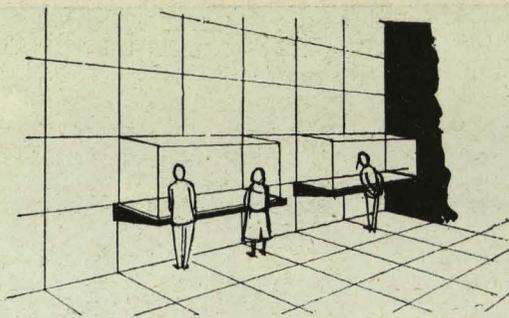
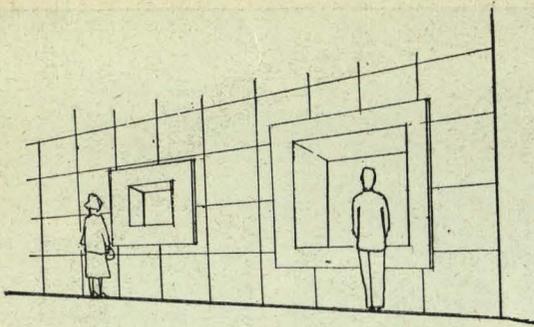
Además del rótulo alto, suelen disponerse otros más bajos fácilmente visibles al peatón próximo. En su trazado pueden conseguirse efectos altamente decorativos, pero conviene tener en cuenta que, por tratarse de superficies que quedan dentro del campo de visión del observador, no conviene hacerlas excesivamente llamativas y que de esa manera distraigan la vista de las mercancías expuestas.

Los sistemas para la ejecución de rótulos varían enormemente: el tubo luminoso continuo adaptado a las formas de las letras, las letras formadas por cajas con luz y tapa traslúcida, las lunas grabadas con iluminación lateral, las letras recortadas sobre fondos iluminados, letras claras sobre el fondo oscuro de la tapa de una caja iluminada, etc.

Los rótulos verticales son difíciles de leer y más difíciles de componer en el conjunto de la fachada.

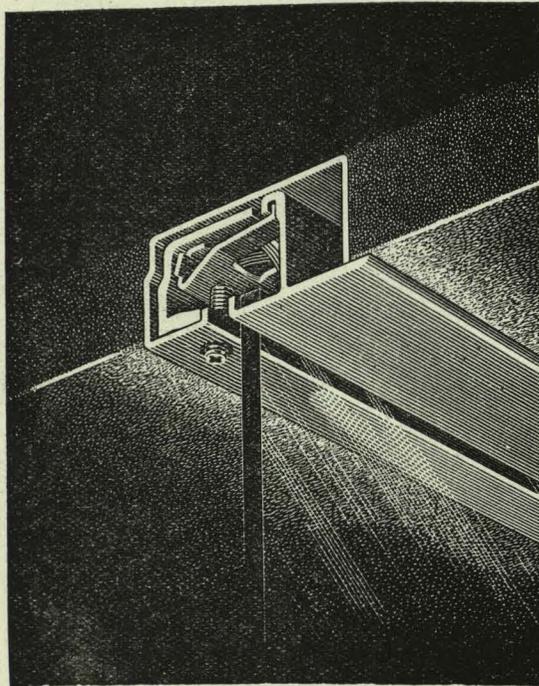
Cristal.—Para cerrar los escaparates, generalmente se suele emplear la luna pulida en gruesos que varían de los 5,5 a los 8 mm., pues los cristales no pulidos, como la cristalina, aunque son ampliamente resistentes, en la



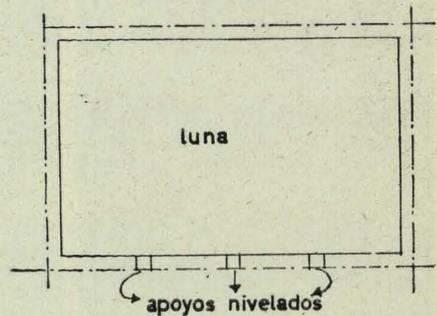
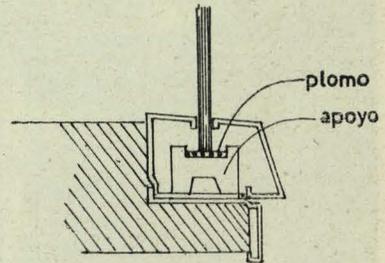


Hornacinas empotradas con amplia moldura de encuadre.

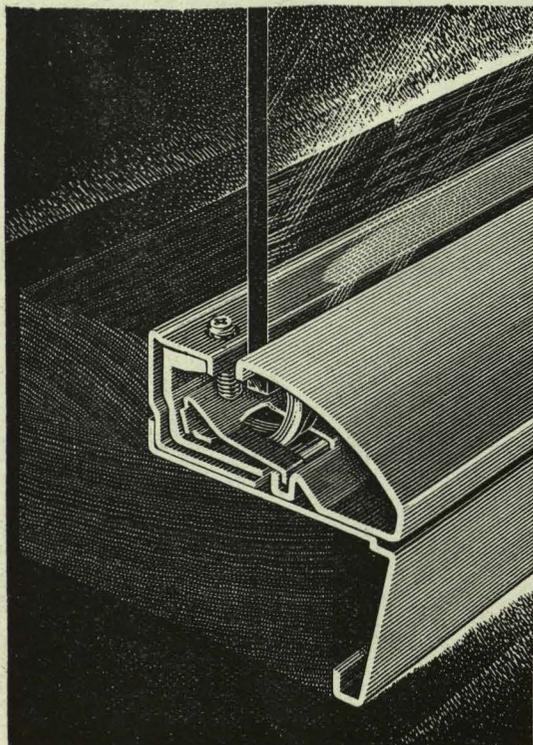
Hornacinas tratadas en voladizo y cristal.



A la izquierda: Moldura embutida para sustentación de lunas. Moldura vista para sustentación de lunas.



Apoyos nivelados para montaje de lunas.



mayoría de los casos presentan aguas, que deforman los objetos y dificultan la visión cómoda. Las lunas se venden en medidas hasta de 3 por 2,40 m., aunque se pueden conseguir mayores por encargo. Cuando las luces sean grandes, conviene aumentar el grueso del cristal, colocando baldosa pulida de fabricación especial en gruesos de 9 mm. o más, aunque su peso encarece mucho el montaje. Siempre que sea posible, es preferible el empleo de lunas en las dimensiones normales, puesto que así se reduce notablemente tanto el gasto inicial como el de futuras reposiciones. La sustentación es importante, pues en muchos casos las roturas de lunas son debidas a defectos en este sentido. En elementos grandes es peligroso el empleo de madera, pues, siendo ésta sensible a las variaciones exteriores, se mueve y puede determinar la rotura del cristal. En este aspecto es preferible el empleo de elementos de metal. Tiene gran interés el montaje correcto del bastidor de sujeción para que el conjunto de los rebajes en todo el perímetro esté situado en un plano y no obligue al cristal a adoptar la forma de una superficie alabeada, pues la deformación introduce tensiones que pueden causar la rotura.

Otra causa posible de rotura es que la arista inferior de la luna no cargue uniformemente sobre el apoyo, ya sea por desigualdades del mismo o porque se haya colocado la luna oblicua. Para evitar esto en grandes lunas lo mejor es disponer dos o más apoyos nivelados a intervalos prudenciales en los que descansa el cristal sobre un elemento elástico, tal como la masilla, goma o plomo.