

La meva preciosa botiga

Cada vegada més és impossible de donar un sol pas si no és amb l'assistència d'un bon dissenyador. Després del boom dels bars moderns, ara les botigues, de tota mena, són els centres on l'interiorisme acapara l'atenció, de vegades, més que els mateixos productes.

Carles Singla

El mes d'octubre va portar al barceloní carrer del Consell de Cent dues botigues noves. Separades per poc menys de cent metres de distància, però unides per la intenció dels seus propietaris de cuidar tant el producte com la mateixa botiga, Tocs i El Gran Colmado, són un pas més cap al comerç prototipus del final de mil·lenni: la botiga de disseny.

Aplicar les tendències més avançades de l'interiorisme a una botiga d'oci cultural o de queviures no és una novetat rigorosa, però aquests dos casos representen l'afermament cada vegada més clar de la necessitat actual d'emprar el disseny en qualsevol manifestació adreçada al públic.

Per a Juli Capella, artífex de la desapareguda revista *De Diseño* i de la propera aparició *ARDI*, el fenomen de l'aplicació generalitzada del disseny és

una conseqüència de l'augment de la cultura estètica. «S'ha tornat important el contenidor i s'ha passat de purs comerços atapeïts, on l'important és el gènere i el dependent, a establiments on l'interiorisme, junt amb el disseny gràfic i l'industrial, són protagonistes per ells mateixos i reclamen l'atenció».

Fins ara, els bars eren els indrets més usuals en l'aplicació del disseny a locals públics, i encara aquesta setmana la inauguració d'Ars, al local de l'antic cinema, i el Velvet, al carrer de Balmes, mantenen aquest protagonisme. En el cas de Velvet, que ha estat decorat per Alfred Arribas, es parla que no hi ha un sol element del local que no hagi estat dissenyat expressament.

Network i Nick Havanna, ambdós decorats per Eduard Samsó, també són dos exponents recents de bars dissenyats. Els metafísics lavabos de Nick Havanna s'han convertit en punt de visita obligat per a qualsevol interessat en el tema. Samsó ha figurat en la llis-

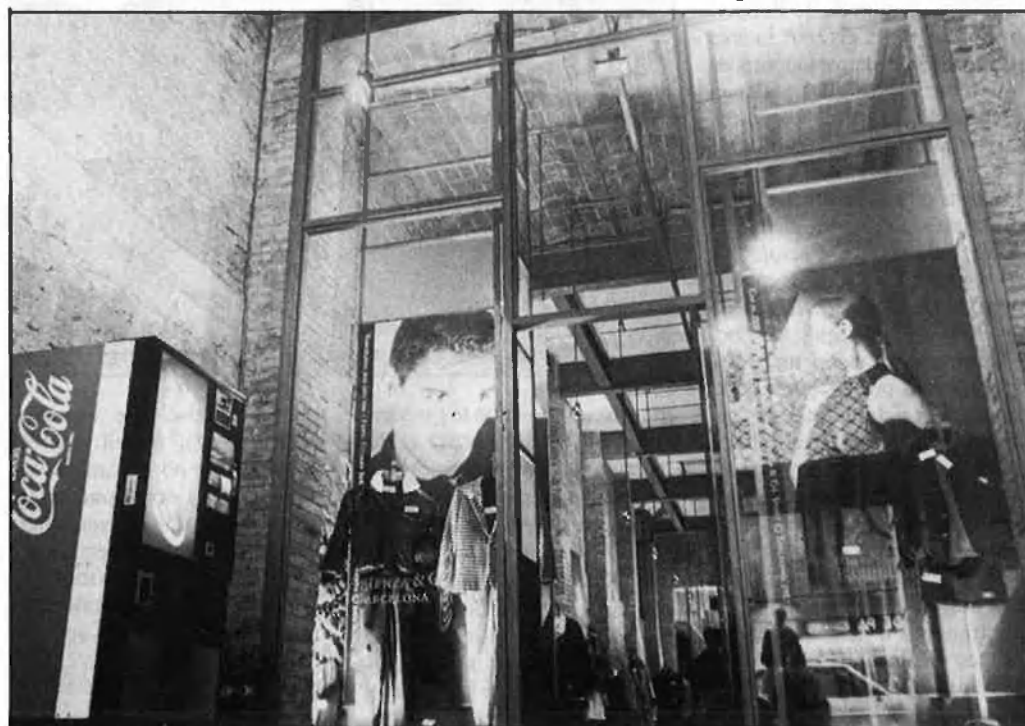
ta dels premis FAD de disseny els dos últims anys. El 85 per la botiga de modes Teresa Ramallal, del carrer del Mestre Nicolau, i el 86, per Nick Havanna, que, com l'anterior, va obtenir el premi de l'opinió, i per una altra botiga, la joieria Oller.

Austeritat

Els treballs d'Eduard Samsó, caracteritzats per una austeritat espartana i una selecció acuradíssima de tots els elements que intervenen als locals, l'han convertit en un dels joves dissenyadors més coneguts i sol·licitats actualment. La presència central de televisors a Nick Havanna o Network, i el paper que juguen el vidre i el metall sobre parets de tons neutres i les botigues dissenyades per ell, donen sovint al mobiliari, sense deixar de banda la funcionalitat, la sensació de ser una escultura abstracta.

Un factor determinat de la importància creixent que s'atorga al disseny a Barcelona és l'existència en aquesta ciutat d'un nombrós grup d'arquitectes i dissenyadors eminentment joves i preocupats per l'avantguarda, entre els quals s'ha establert un fenomen de contagi a l'hora de treballar els seus encàrrecs de la forma més moderna possible. El mateix Samsó ha declarat que li és indiferent treballar per a una botiga de joies o per a una xurreria. De moment, però, se centra en el projecte d'una botiga de modes a Madrid i en el d'una perruqueria per a un nou bulevard de Barcelona.

La gamma de comerços en els quals intervé el disseny s'amplia dia a dia. Al reduït grup de botigues de moda o joieries, únics establiments on el disseny d'interior jugava un paper im-



Arienza & Co.

DOMÈNEC UMBERT



Dalt, Jobs. A la dreta, de dalt a baix, Tocs i el gran Colmado.

portant, s'han incorporat pastisseries, farmàcies, perruqueries i ara també llibreries i botigues de queviures. La farmàcia Morera, al capdavall del Passeig de Sant Joan, remodelada per **Estudi 4** el 1984, marca la pauta en el camp en què encara la decoració anava pel cantó dels vitralls, el alambins i els pots d'apotecari de porcellana.

Els bulevards, que en els últims anys han sortit com a bolets, han estat punts particularment treballats pels dissenyadors. A més, ofereixen l'al·licient d'enfrontar-se a un espai molt petit que permet controlar tots els elements, **Antoni Sunyer** va veure el seu treball a **Joiell**, una petita joieria del Bulevard Rosa, seleccionat pel FAD el 1986.

Joiell és un espai molt petit on, amb vidre, marbre verd sense polir i un fons de fusta, s'ha creat un ambient alhora

acollidor i d'acord amb les joies de disseny actual que s'hi exposen. Per a **Antoni Sunyer**, la importància del disseny està en funció d'aquella que li vulgui atorgar el client. «Abans —explica— el botiguer no es preocupava, ara, però, ha canviat, hi ha un sentiment popular a favor de cuidar l'aspecte; tot-hom fa obres». Sunyer també creu que el disseny pot arribar a anar contra el muntatge comercial, si en desvia l'atenció, i que el cas de la joieria permet fer les dues coses més compati-

DOMÈNEC UMBERT

bles. Tot i així, ell diu que està «tan cansat de l'interiorisme que ho he deixat córrer. És una feina esgotadora».

Vinçon, al passeig de Gràcia, és considerat com un dels establiments pioners en l'aplicació del disseny. No obstant això, per al seu propietari, **Fernando Amat**, sempre hi ha hagut precedents en aquest camp i en cita MYDVA, la que havia estat botiga del GATPAC. Segons **Amat**, «el disseny té importància per al botiguer perquè, si la botiga està ben dissenyada, es pot treballar millor, però l'ideal és que el client ni se n'adoni. El continent ha de ser el més neutre possible». La característica fonamental de Vinçon seria per a ell la disciplina a l'hora de triar el producte, tant per la qualitat funcional com formal. La decoració de la botiga prima els tons negre i gris, amb elements molt simples que permetin als productes exposats de destacar en qualsevol punt de la botiga.

L'austeritat i l'acurada selecció dels productes també juguen un paper important al Gran Colmado. El projecte inicial, de l'arquitecte **Pere Riera**, va ser enllestit per **Claret Serrahlma**, que va fer el salt del grafisme, on habitualment treballa, al disseny d'interiors. **Serrahlma**, que també porta el Bar

Universal, forma part de la societat anònima propietària del Gran Colmado, del qual explica que «no volíem caure al disseny només funcional, volíem alguna cosa més acurada. Ha d'haver-hi una comunicació absoluta amb el client, però no perquè sigui un colmado el disseny ha de ser purament funcional. Volíem una cosa actual lligada al temps i la ciutat on vivim i atractiu per al client».

Comprar en un vaixell

El projecte parteix de la metàfora d'un vaixell en què, a partir de la planxa allargada com un buc, el terra de la botiga, de vidre, representaria el mar, el sostre, pintat de color daurat respectant l'embigat original, seria el cel de l'Orient, i els productes es divideixen entre el fred, a l'esquerra, en nevera, i el calent, en prestatgeries de fusta noble, a la dreta. Al fons del local, una taula gran funciona cada dia als migdies i vespres com a restaurant ràpid amb un menú de cinc o sis plats, i al costat, un petit grup de taules formen el restaurant més selecte.

Per a **Josep Llorens**, encarregat del Colmado, membre de la societat i home de xarcuteria de tota la vida, el punt veritablement important és la selecció

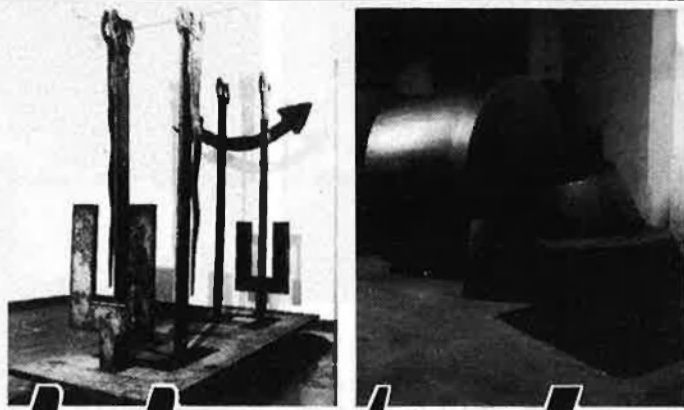
de productes que s'hi ofereixen. Des de la gamma de Fouchon o La Truffe franceses fins a una acurada tria de vins nacionals i estrangers, la fruita de Sitjar, l'aigua Perrier o l'arròs: «Abans es deia que no es podia fer una paella si no era amb arròs Bomba, doncs nosaltres en tenim, i envasat en saquets de tela».

El Gran Colmado ofereix als clients la possibilitat de fer-se socis, amb la qual cosa s'obtenen importants avantatges. També s'edita un butlletí, hi ha en preparació un banc de dades gastronòmic a disposició dels socis i han projectat seminaris i demostracions de productes, com ara els del famós xocolater francès **Pierre Panel**.

Tocs té en comú amb el Gran Colmado la intenció de promoure activitats que vagin més enllà de la simple venda, i això ha determinat també el seu interiorisme. **Joan Vigas**, responsable del disseny de Tocs ho és també de Jobs, la botiga de moda que hi ha a la porta del costat —es reconeix pel túnel lluminós que li fa d'entrada— i està preparant el disseny dels nous Tocs que s'obriran a Madrid i Sevilla.

Tot sobre rodes

L'encàrrec per decorar aquesta botiga d'oci cultural, que reuneix discs, lli-



PEPEROMERO · AMPARO TORMO

BECATS ALFONS ROIG 1985

EXPOSICIÓ
NOVEMBRE '87

OSI PARPALLO

DIPUTACIÓ DE VALÈNCIA

LANDERER, 5 - 46003-VALENCIA
Tels. 332 30 77 / 332 00 01

HORARIS: MATINS, DE 11 A 1'30 | DISSABTES, DE 6 A 9
VESPRADES, DE 6 A 9 | DIUMENGES I DILLUNS, TANCAT

La tecnologia, a l'abast

«Quaderns Tècnics», la primera revista de tecnologia en català, celebra aquest novembre el seu segon aniversari. Han estat dos anys de feina dura, però també de grans satisfaccions. Ara és un bon moment per fer-ne balanç.

Patricia Làzaro i Pernias

bres, alta fidelitat, vídeo o fotografia, entre d'altres, era, segons el mateix Vigas, una feina molt complexa. «Tot el mobiliari va amb rodes —explica— per permetre canviar la distribució quan calgui. També se'n va respectar l'estructura, que era la típica amb què es van cobrir els patis de l'Eixample, però obrint el sostre per permetre l'entrada de llum zenital. Es van fer servir els multipantalles —un conjunt de setze televisors— com a novetat tecnològica que permet tant fer publicitat com il·lustrar conferències, i a més, la botiga està informatitzada i hi ha pantalles a disposició del públic. En conjunt era un treball molt laboriós».

Helena Guardans, gerent de Tocs, ha anunciat la intenció que a la botiga es facin taules rodones, tertúlies o promocions de productes amb un nexa comú o procedents d'un determinat país. La revista de Tocs apareixerà cada dos mesos.

L'augment de l'interès pels temes de disseny i interiorisme porta al fet que hi hagi botiguers que realitzin ells mateixos la decoració dels seus establiments amb la mateixa qualitat que podria fer-ho un professional. Un dels casos més interessants d'aquest *self-made design* és Arienza & Co., al carrer de Roselló, tocant a Passeig de Gràcia.

El mateix propietari, **José A. Arienza**, professional de la moda, va realitzar la decoració de la botiga aprofitant la seva estructura de túnel, amb el sostre molt alt. Les parets, en què s'ha deixat vista l'obra original, sense revestiment, mostra els diferents tipus de mur de la construcció i dóna al local l'aire càlid dels tons marrons i vermellorsos. El mobiliari s'ha construït expressament amb ferro tractat amb oxiron, i un dels grans encerts de la botiga són els emproadors, realitzats sobre un eixamplament del local jugant amb vidre transparent, vidre glaçat i l'estructura metàl·lica quadrícula. La llum del dia s'aprofita ara per les obertures que s'han fet al sostre. **José A. Arienza** creu que «totes les riqueses s'amagaven sota les parets de plàstic, i ara es recupera el que era als anys vint, quan es va construir».

El fenomen del disseny, que està fent que les ciutats es posin guapes tant de fora com de dins, no sembla tenir aturador, almenys a Barcelona. **Joan Vigas** pensa que «aquí hi ha una escola important de dissenyadors, i el que passa a Barcelona és més important que el que nosaltres apreciem. Jo viatjo molt i penso que Barcelona està marcant la pauta respecte a moltes ciutats europees». □

El 9 de novembre de 1985, a la Llibreria La Tralla de la ciutat de Vic, *Quaderns Tècnics* —La tecnologia a l'abast— veia per primera vegada

ques, els aficionats als temes tecnològics i, per què no, el públic en general, n'eren els possibles lectors. I aquest era un altre repte. Calia que el lector que comprés la revista per un tema en concret se sentís també atret per tots els altres. La secció de notícies i breus que



Quaderns Tècnics.

da la llum. Les Jornades de les Publicacions Periòdiques en Català van servir de marc per a la presentació de la primera revista en català dedicada al món de la divulgació tecnològica i, en menor grau, al coneixement científic.

Els inicis, potser com tots els inicis, van resultar durs. Als pocs mitjans s'afegia la rigidesa i l'estancament del sector tecnològic. El lector i l'anunciant de revistes tècniques estan acostumats a uns productes que pequen d'encarcarament. *Quaderns Tècnics* es proposava trencar dogmes. La llengua que emprava, el català, no era l'usual. I per primera vegada s'introduïa el disseny com a element clau en una publicació tècnica: el groc i el gris de la portada van esperar més d'un.

Es volia cridar l'atenció a un sector de públic una mica heterogeni, però amb trets comuns. Els alumnes d'FP de totes les branques, els estudiants dels primers cursos de carreres tècniques,

enceta la publicació n'és una bona mostra.

La cooperativa com a recurs

El naixement de *Quaderns Tècnics* va marcar, també, el d'una cooperativa: Produccions Tècniques. La cooperativa té com a tasca principal l'elaboració de la revista, tot i que realitza altres funcions. La majoria estan encaminades a reforçar la base econòmica de la publicació, ja que no hi ha cap suport oficial i depèn, de manera exclusiva, de la publicitat pública i privada, dels subscriptors i de les vendes. La promoció i la instal·lació d'antenes parabòliques i el *consulting* d'enginyers són algunes de les feines que els han permès seguir endavant.

Produccions Tècniques s'ha dedicat també a la divulgació tecnològica en altres mitjans de comunicació. Periòdicament es fan col·laboracions en emis-