

Dos cavernas, un jardín y mil estrellas: el pequeño comercio en España, 1929-1979

Two caverns, a garden, and a thousand stars: the small store in Spain, 1929-1979

Armando Cano Redondo 

Escuela Superior de Diseño de la Región de Murcia. armando.cano@murciaeduca.es

Andrés Martínez-Medina 

Universidad de Alicante. andresm.medina@gcloud.ua.es

Received 2018.11.11

Accepted 2020.04.16



To cite this article: Cano Redondo, Armando, and Andrés Martínez-Medina. "Two caverns, a garden, and a thousand stars: the small store in Spain, 1929-1979." *VLC arquitectura* 7, no. 1 (April 2020): 97-122. ISSN: 2341-3050. <https://doi.org/10.4995/vlc.2020.10953>



Resumen: Los pequeños establecimientos comerciales poseen la doble condición de lugar interior y exterior, de espacio público y privado y, por tanto, también de cultura –asociada a la habitabilidad del interior– y de naturaleza –vinculada al exterior desprotegido–. El resultado de esta coexistencia es la culturización, mediante el artificio, de la naturaleza dentro del espacio comercial. En el contexto de la modernidad emergen proyectos de arquitectura donde la naturaleza, además, nutre el imaginario del negocio construyendo una nueva espacialidad seductora por medio de la metáfora de “naturtipos.” A través de un recorrido por las tiendas modernas en España (1929-1979), laboratorios de ensayo e investigación para sus autores de obras de mayor escala, se estudian la concepción y ejecución de diferentes escenografías para la venta y el servicio, desde la aproximación a través de la representación figurativa de sus elementos –incluso su utilización directa– para la materialización de un “paisaje interior” metafórico, hasta la abstracción de la imagen de la naturaleza generando el ambiente y la envolvente de un “paisaje de la imaginación.” Un sucinto viaje que partirá desde la caverna –el primigenio inframundo–, pasando por el jardín –lo terrenal– para finalizar en el firmamento –el supra mundo–.

Palabras clave: Interiores comerciales; Espacios modernos; Metáforas naturaleza; Caverna-jardín-estrellas; Paisaje imaginación.

Abstract: *Small commercial establishments have the double condition of interior and exterior place, of public and private space and, therefore, also of culture –associated with the habitability of the interior– and by nature –linked to the unprotected exterior–. The result of this coexistence is the culturalization, through artifice, of nature within the commercial space. In the context of modernity, architectural projects emerge where nature also nourishes the imaginary quality of the business by building a new seductive spatiality through the metaphor of “typical elements from nature.” By means of a tour of modern stores in Spain (1929-1979), these being testing and research laboratories for their authors for larger-scale works, the design and execution of different scenographies for sales and commercial service are studied, from the approach through figurative representation of their elements –including direct use of these– to produce the materialisation of a metaphorical “interior landscape,” to the abstraction of the image of nature generating the environment and the envelope of a “landscape of the imagination.” A succinct journey that will take as its point of departure the cave –the primordial underworld– passing through the garden –the earthly– to end in the sky –the supra world–.*

Keywords: *Commercial interiors; Modern spaces; Nature metaphors; Cavern-garden-stars; Imagination landscape.*

EL INTERIOR DE UNA TIENDA ES, EN REALIDAD, UN EXTERIOR

Espacio interior y espacio exterior son, desde un punto de vista antropológico, lugares opuestos. El interior cerrado y habitable, el de la cultura –“todo ese continente simbólico que constituye la habitabilidad humana en la Tierra,” en palabras de José Luis Pardo–, frente al exterior desprotegido e inhabitable. Así, el exterior queda unido al concepto de naturaleza, pero al significado antiguo de naturaleza: aquella prístina y virgen, salvaje e indomesticada, admirada desde la contemplación y el sometimiento, pero también desde el respeto. Una naturaleza romántica que fue desterrada por la modernidad para dar paso a otra exterioridad, a una segunda naturaleza: construida, artificial y, en última instancia, falsa. Para Pardo, con la modernidad, “el doblez ‘exterior-interior’ ya no es solo el del espacio y el tiempo (kantiano) sino el de lo público y lo privado,” donde el exterior público se interioriza y el interior privado se vuelve extrañamente exterior.¹ Las fronteras, no tanto físicas entre el interior y el exterior, sino entre lo interior y lo exterior, entre lo privado y lo público, se desdibujan.

Esta disolución del binomio interior-cultura y exterior-naturaleza es más patente en los locales comerciales, tanto por su condición efímera, como por la intensa relación que normalmente mantienen con el espacio urbano de calles y plazas.² Las tiendas, en la modernidad, no son interiores. Son la segunda naturaleza, el exterior moderno: “el espacio de las mercancías en donde todas las cosas son intercambiables (...) es un afuera contenido en el adentro.”³ Los locales comerciales reúnen desde entonces esta doble condición, en menor o mayor medida, de interior y de exterior, de espacio y de tiempo, de público y de privado, de cultura y de naturaleza.

THE INTERIOR OF A STORE IS, IN REALITY, AN EXTERIOR

Inner space and outer space are, from an anthropological point of view, opposite places. The closed and habitable interior, that of culture –“all that symbolic continent that constitutes human habitability on Earth”– in the words of José Luis Pardo, against the unprotected and uninhabitable exterior. Thus, the exterior is linked to the concept of nature, but to the ancient meaning of nature: pristine and virgin, wild and untamed, admired from contemplation and submission, but also with respect. A romantic nature that was banished by modernity to give way to another exteriority, to a second nature: built, artificial and, ultimately, false. For Pardo, with modernity, “the ‘exterior-interior’ polarity is no longer only that of space and time (Kantian) but that of the public and private,” where the public exterior is internalised and the private interior becomes strangely exterior.¹ The borders, not so much physical between inside and out, but between the interior and the exterior, between the private and the public, blur.

The splitting of the interior-culture and exterior-nature binomial is more evident in commercial premises, both for its ephemeral condition, and for the intense relationship commonly maintained with the urban space of streets and squares.² The stores, in modernity, are not interiors. They are the second nature, the modern exterior: “the space of goods where all things are interchangeable (...) is an outside contained within.”³ Since then, commercial premises have since this point of consideration have met this double condition, to a lesser or greater extent, of interior and exterior, of space and time, of public and private, of culture and nature.

En este sentido, y desde una experiencia barroca de la arquitectura, los comercios aquí analizados son interiores autónomos, es decir, sin relación alguna con las fachadas: son un interior sin exterior. Pero, sin embargo, los límites interiores se trazan desde una concepción fenomenológica de la envolvente, aunque también del propio espacio, donde acaban siendo una fachada: un exterior sin interior.⁴ Así, el par interior-exterior nos posiciona ante dos situaciones opuestas: estar dentro o estar fuera. Una pareja que, como apunta Renato de Fusco, debería ser sustituida por la de ambiente-envoltorio, ya que esta concepción profundiza en la experiencia del estar, exclusiva de la arquitectura, frente a la contemplativa.⁵ Así, el envoltorio, segunda naturaleza, dibuja un interior que es, en realidad, un exterior. Un exterior que fingirá, en ocasiones, ser antigua naturaleza.

Una naturaleza, dentro y fuera, recreada mediante la construcción de un paisaje a través de imágenes persuasivas y espacialidades atractivas donde la metáfora, actuando a distintos niveles de acción figurativa y a igual que en la literatura, como apunta Denis Donoghue, "supone una irrupción del deseo, (...) un deseo de libertad y de reemplazar el mundo dado por otro imaginario de creación propia"; el objetivo de la metáfora es enriquecer la experiencia del lector, similar a la del usuario en la arquitectura.⁶ Una metáfora que Roland Barthes afirma está en la base del convincente y envolvente lenguaje publicitario.⁷ Metáforas de la naturaleza por analogía cualitativa, con ciertos grados de semejanza entre el concepto y lo representado –no solo de percepción visual, también de apreciación táctil–, que propone Aristóteles en su *Poética* como estrategia válida para ciertos discursos y como elementos pedagógicos de los mismos, nunca para la ciencia ni la filosofía.⁸

Sería preciso, en este momento, matizar el concepto de "naturaleza" en relación con la arquitectura.

In this sense, and from a Baroque experience of architecture, the shops analysed here are autonomous interiors, that is, without any relation with the façades: they are an interior without exterior. Nevertheless, the interior limits can be traced back to a phenomenological conception of the envelope, but also of the space itself, where they end up being a façade: an exterior without interior.⁴ Thus, this interior-exterior combination presents us with two opposing situations: being inside or being outside. A partnership that, as Renato de Fusco points out, should be replaced by the environment-wrapping one, since this conception deepens the experience of being, exclusive to architecture, compared to the contemplative one.⁵ Thus, the envelope, the second nature as we have defined it, outlines an interior that is, in reality, an exterior. An exterior that will pretend, on occasion, to be ancient nature.

*A nature which, both internally and externally, is recreated through the construction of a landscape through persuasive images and attractive spatial sequences where the metaphor, providing different levels of figurative action and, as in literature, as Denis Donoghue points out, "supposes an irruption of the desire, (...) a desire for freedom and to replace the given world with another imaginary of self-creation." The goal of the metaphor is to enrich the reader's experience, similar to that of the user in architecture.⁶ A metaphor that Roland Barthes states is at the base of the compelling and enveloping language of advertising.⁷ Metaphors of nature, illustrated by qualitative analogy, with certain degrees of similarity between the concept and the representation –not only of visual perception, but also of tactile appreciation–, which Aristotle proposes in his *Poetics* as a valid strategy for certain discourses and as pedagogical elements of same, but never for science nor philosophy.⁸*

It is important, at this point in our study, to clarify the concept of "nature" in relation to architecture.

Como indica Iñaki Ábalos, el término “naturaleza” incide en “el nivel biológico y remite a la organización del medio físico,” mientras que el término “paisaje” “es el efecto de la superposición de la actividad humana sobre la naturaleza (...). Se trata, por tanto, de un término que implica una orientación proyectual clara y una condición híbrida, natural y artificial.” Así, si el paisaje es la construcción de la naturaleza –la culturización, por intervención humana, de la misma–, la materialización del paisaje, en cuanto que escenografía, será un acto doblemente artificial que, inevitablemente, implicará un camino de regreso hacia la antigua naturaleza a través de un lenguaje metafórico: “el mundo es un jardín construido por la modernidad, un jardín estupefaciente, desolador y sublime, cuya variedad e intrincamiento típicamente pintorescos están hechos de contrastes nunca antes imaginados (...).”⁹

Procedemos, pues, a analizar una serie de establecimientos de la modernidad en España (1929-1979) donde la abstracción se combina con la figuración mostrando la complejidad de la arquitectura moderna en su relación con la naturaleza que, al aproximarse al gran público, se vuelve más seductora por su propia condición comercial: la persuasión. Este paisaje –naturaleza construida– se recorre en un cierto orden ascendente: desde el subsuelo, pasando por el suelo, hasta alcanzar el cielo; tres lugares que podríamos definir como “naturtipos” –en nuestro caso: la gruta, el jardín, el firmamento– vinculados con imaginarios arquetípicos occidentales.¹⁰

El análisis de los casos escogidos para el presente texto, que barren media centuria de modernidad (con intervalo casi coincidente con el del DoCoMoMo), no es cronológico, sino que atiende a la condición de construcción de imaginarios que tratan de representar partes del mundo exterior – de la antigua naturaleza– en los pequeños espacios

As Iñaki Ábalos indicates, the term “nature” affects “the biological level and refers to the organisation of the physical environment,” while the term “landscape” “is the effect of the superposition of human activity on nature (...). It is, therefore, a term that implies a clear projective orientation and a hybrid, natural and artificial condition.” Thus, if the landscape is the construction of nature– the cultivation, by human intervention, of nature– the materialisation of the landscape, as a scenography, will be a doubly artificial act that will inevitably imply a way back to ancient nature through a metaphorical language: “the world is a garden built by modernity, a narcotic, bleak and sublime garden, whose typically picturesque variety and intricacy are made of contrasts never before imagined (...).”⁹

We proceed, then, to analyse a series of establishments of modernity in Spain (1929-1979) where abstraction is combined with figuration showing the complexity of modern architecture in relation to nature that, when brought to the public realm, becomes more seductive by its own commercial condition: persuasion. This landscape –built nature– runs in a certain ascending order: from the depths of the earth, through the ground, to reach the sky; three places that we could define as “naturetypes” –in our case: the cavern, the garden, the sky– linked to imaginary occidental archetypes.¹⁰

The analysis of the cases chosen for this present study, which span half a century of modernity (with an interval almost coincident with that of the DoCoMoMo), is not chronological, but rather addresses the condition of construction of imaginary elements that try to represent parts of the outside world –from ancient nature– in the small spaces

tras las fachadas. Este aspecto pone de relieve una potente contradicción de las obras en su ajuste a los principios del Movimiento Moderno como ya señaló R. Venturi: frente a la ortodoxia de que "el interior debería ser expresado en el exterior," lo cierto es que "el propósito esencial de los interiores de los edificios es encerrar en lugar de dirigir el espacio y separar el interior del exterior."¹¹

Y así, lo moderno que aquí se desgrana, ni refiere la cuestión de la transparencia de la función, ni la del espacio fluido, sino aquello que trata de satisfacer los deseos de los clientes seducidos por unos interiores comerciales que adecúan su envoltorio – percibido óptica y hápticamente– a los servicios que prestan recurriendo a metáforas, las cuales tienen un valor cognitivo porque describen la realidad. La modernidad aquí no solo radica en el proyecto racional, sino también en la adecuación emocional, lo cual revela lo sesgado de la crítica operativa y evidencia la complejidad de la arquitectura moderna.

DOS CAVERNAS: CAFÉ GIJÓN Y MALDÁ IMPORT

El espacio subterráneo es, esencialmente, introspectivo, puesto que casi siempre carece de referencias externas. La caverna es la antítesis del mundo en superficie: la naturaleza –subsuelo– construye un envoltorio que delimita un espacio finito en el que todo es ambiente, un territorio por explorar. Pero para acceder al mundo inferior, que está bajo tierra, es necesario emprender un viaje de continuo descubrimiento: el túnel de la madriguera que atraviesa la Alicia de Carroll.¹²

La tienda *Tapicerías Gancedo*, obra de Curro Inza (Madrid, 1961), en tanto que pequeño negocio, dialogaba de la manera esperada con la calle –acceso en esquina, escaparates, letreros...-. En el interior,

behind their façades. This approach to design highlights a powerful contradiction of the works in their adjustment to the principles of the Modern Movement as noted by R. Venturi: against the orthodoxy that "The outside is the result of an inside," in fact "The essential purpose of the interiors of buildings is to enclose rather than direct space, and to separate the inside from the outside."¹¹

And so, modernity, as it is here referred to, does not address the question of transparency of the function, nor fluidity of space, but an objective which tries to satisfy the desires of the customers, seduced by commercial interiors that adapt their packaging –visually and haptically– to the services they provide by resorting to metaphors, which have a cognitive value because they redescribe reality. Modernity here not only lies in the rational project, but also in emotional adequacy, which reveals the skewed nature of active criticism and evidences the complexity of modern architecture.

TWO CAVERNS: CAFÉ GIJÓN AND MALDÁ IMPORT

Underground space is essentially introspective, since it almost always lacks external references. The cavern is the antithesis of the world on the surface: nature –subsoil– builds an enclosure that delimits finite space, in which everything is atmospheric, a territory to be explored. But to access the lower world, underground, it is necessary to undertake a journey of continuous discovery: the tunnel of the rabbit hole down which Carroll's Alice tumbles.¹²

The Tapicerías Gancedo store, designed by Curro Inza (Madrid, 1961), as a small business, communicated in the expected way with the street –corner access, display windows, shop signs...-. Inside, after



Figura 1. Croquis de la escalera e interior de *Tapicerías Gancedo-Galería de Arte Sacro* (Inza, Madrid, 1961) y fachada del restaurante *Libanios* (Inza, Madrid, 1965).

Figure 1. Sketch of the staircase and interior of *Tapicerías Gancedo-Galería de Arte Sacro* (Inza, Madrid, 1961) and façade of the *Libanios Restaurant* (Inza, Madrid, 1965).

tras atravesar el comercio, una gruta se abre para descender al sótano, ocupado por una galería de exposición y venta de arte sacro: la escalera es una grieta en el suelo por la que descender hasta el fondo y, al mismo tiempo, por donde la cripta se muestra al exterior mostrando su materialidad (Figura 1). Pero el mundo subterráneo, en unos espacios que son pura escenografía para la venta, no siempre se encuentra, físicamente, a una cota inferior. Así, el camino para acceder al inframundo, esta vez subacuático, del restaurante *Libanios* (Madrid, 1965), queda situado en la propia fachada del local. Inza insinúa el comienzo del viaje desde la calle, convirtiendo la fachada en una veladura del mar (Figura 1).¹³

Sin embargo, y a pesar del interés de Inza en la resolución de la conexión entre estos dos mundos, en la transformación de los almacenes del sótano del *Café Gijón* en un restaurante (Madrid, 1962) esta cuestión pasó a un segundo plano (Figura 2). Para el arquitecto, el interés de la obra residía esencialmente en el revestimiento. La existencia de un perímetro dado ofrece, de manera apriorística, el soporte para la nueva piel interior. Y de esta forma,

*crossing shop interior, a cavern opens a descent to the basement, occupied by an exhibition and sale gallery of sacred art: the staircase is a crack, an opening in the ground through which to descend below, and at the same time, where the crypt is shown to the outside world showing its materiality (Figure 1). But this underground world, working with spaces that are pure scenography for sales purpose, is not always located, physically, at the below-ground level. The start of the journey to access the underworld, this time the underwater world of the Libanios Restaurant (Madrid, 1965), is located on the premises own façade. Inza hints at this start of the journey from the street, turning the façade into a faux-maritime surrealist glaze (Figure 1).*¹³

However, and despite Inza's interest in resolving the connection between these two worlds, when transforming the basement storage areas of Café Gijón into a restaurant (Madrid, 1962), this issue became secondary (Figure 2). For the architect, the focus of the work here resided essentially in the fitting-out of the existing defined space. The existence of a given perimeter offers, a priori, support for a new inner skin. And in this way, the theory of cladding of Loos,

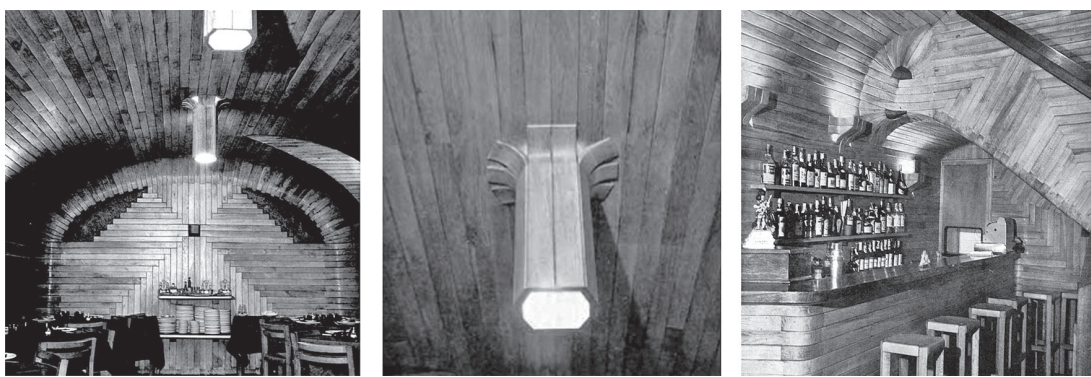


Figura 2. Interiores del *Café Gijón* (Inza, Madrid, 1962).

Figure 2. Interior space of *Café Gijón* (Inza, Madrid, 1962).

el principio de revestimiento de Loos, heredero de Semper, se muestra en los locales comerciales como el único camino a seguir: los muros son el soporte de la última capa –la que queda al alcance de todos los sentidos–, aquella que ha de configurar espacios cálidos y acogedores de manera previa a la invención de la estructura que los soporte.¹⁴

Este “principio del revestimiento” *loosiano* se puso en obra mediante un extraordinario trabajo de ebanistería ejecutado por Antonio Armero. Inza rechaza la imitación formal de la naturaleza, pero desarrolla una ley natural –en cuanto que establece una regla– de colocación de las tablillas de madera.¹⁵ El restaurante es una bolsa continua en la que techo, pared y suelo conforman un único elemento: una protectora guarida perforada tan solo por la luz que atraviesa el techo en forma de luminarias.

Un lustro después, Rafael Marquina diseñó en 1967 la tienda de objetos de decoración *Maldá Import* (Barcelona, 1967) (Figura 3). El comercio se ubicaba en dos locales distintos, ambos con altillo, separados por la portería de acceso al edificio que los albergaba. En la planta sótano, sin embargo, la

*heir of Semper, is shown in the commercial premises as the approach of choice: the structural basement walls are the supporting surface for the last layer –the layer that presents itself to all the senses–, one that has to configure warm and welcoming spaces before the invention of the structure that supports them can be reached.*¹⁴

This Loosian “theory of cladding” was put into practice through an extraordinary work of cabinet-making executed by Antonio Armero. Inza rejects the formal imitation of nature, but develops a natural law –insofar as it establishes a rule– of the placing of the wooden section cladding.¹⁵ The restaurant is a continuous container in which ceiling, wall and floor make up a single element: a protective den perforated only by the light that is thrown across the ceiling from the forms of the lighting fixtures.

Five years later, Rafael Marquina designed in 1967 the decorative objects store Maldá Import (Barcelona, 1967) (Figure 3). The shop was located in two different premises, both with mezzanine, separated by the principal access door to the building that housed them. In the basement, however,

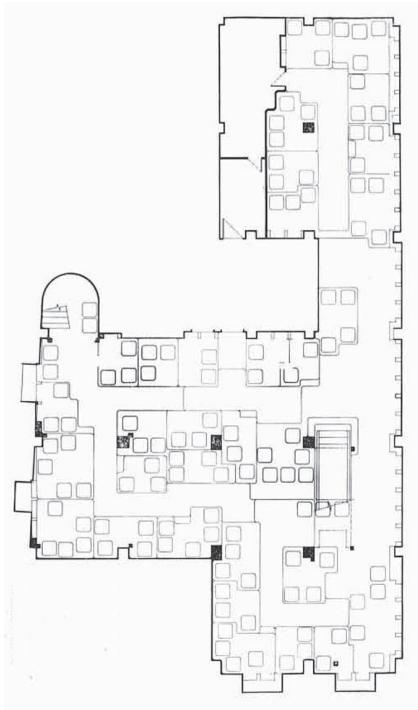


Figura 3. Planta sótano e interior de *Maldá Import* (Marquina, Barcelona, 1967).

tienda se unificaba consiguiéndose un único espacio. La propia representación gráfica de la planta bajo suelo, cuyo perímetro enterrado se grafía con una única línea, incide en la unicidad del espacio, en el vacío excavado dentro de una masa, en el envoltorio de la caverna.

El proyecto se genera a partir de la definición de distintas secuencias de ascenso y de descenso de unos prismas de planta cuadrada con las aristas verticales redondeadas. Resultan inevitables las referencias formales a los Smithson y, en general,



Figure 3. Basement plan and interior space of *Maldá Import* (Marquina, Barcelona, 1967).

the store was unified providing a single space. The graphic representation of the ground floor itself, whose subterranean perimeter is defined with a single line, alludes to the uniqueness of the space, the void dug into a mass, the cavern's envelope.

The project is generated from the definition of different ascending and descending sequences of square-shaped prisms with rounded vertical edges. Formal references to the Smithsons and, in general, to the product design and the use of the

al diseño de producto de los años sesenta a partir de los, entonces, innovadores materiales plásticos. Desde un punto de vista compositivo, el proyecto de Marquina está influenciado por los sistemas de iluminación y de exposición del pabellón de España de la Exposición Universal de Nueva York de Javier Carvajal (1964) –que se alzaría con el premio a la mejor arquitectura extranjera en dicho evento, con su difusión mediática–, como también lo estuvieron las tiendas que, para Olivetti, proyectaron Federico Correa y Alfonso Milá por todo el territorio nacional a finales de la década de los 60.

Así, las piezas brotan desde el techo, blancas, albergando la iluminación y, cuando es requerido, forrando los pilares existentes. Del suelo emergen los expositores, dando continuidad a la moqueta del pavimento y acercando los objetos a la vista y a las manos, como dispuestos en peanas de presentación que los vuelve más dignos.¹⁶ Pero no son los expositores los únicos elementos que se elevan desde el suelo. El propio pavimento, en el sótano continuo, es un interesante ejercicio topográfico con distintas plataformas y mesetas, senderos escalonados y techos descolgados, haciendo coincidir en volumen las peanas que se elevan y las luminarias que descienden materializadas en tonos opuestos.

Un aspecto relevante de la propuesta de Marquina son las variaciones en la posición, densidad y altura de estos pares de piezas –peanas y lámparas superpuestas– respecto de la planta en la que se ubican. Si en las superiores su presencia es escasa y responde a un orden cartesiano, en la planta sótano su número se incrementa, la retícula desaparece, las circulaciones se vuelven complejas –labyrinthicas– y las diferentes alturas de los tándems se multiplican, perdiendo la regularidad que dota de homogeneidad a los locales de la planta superior. El subterráneo evoca una caverna: un espacio que inevitablemente hay que recorrer zigzagueando,

then innovative plastic materials of the 60s are inevitable. From a compositional point of view, Marquina's project is influenced by the lighting and exhibition systems of the Spanish Pavilion of the Universal Exhibition of New York by Javier Carvajal (1964) –which was awarded the prize for the best foreign architecture in this event, with its dissemination through the media –, as were the Olivetti stores by Federico Correa and Alfonso Milá, realised throughout the country at the end of the 60s.

Thus, sculptural pieces sprout from the ceiling, white, housing the lighting and, when required, completely lining the existing columns. Exhibit stands emerge from the floor, giving continuity to the carpeted interior and bringing objects into sight and to hand's reach, arranged in presentation pedestals that bring them a more dignified aspect.¹⁶ But the stands are not the only elements that rise from the floor. The floorplate itself, in the unified basement, is an interesting topographic exercise with different platforms and plateaus, stepped paths and sloping ceilings, mirroring the display stands that rise and the lighting that descend, materialised in opposite tones.

An important aspect of Marquina's proposal is the variations in the position, density and height of these pairs of pieces –stands and overlapping lighting features– with respect to the floor in which they are located. If in the upper floor their presence is scarce and the floor responds to a Cartesian order, in the basement their number increases, the grid disappears, the circulations become complex –labyrinthine– and the different heights of the tandems multiply, losing the regularity that gives homogeneity to the space of the upper floor. The underground commercial area evokes a cavern: a space that inevitably the visitor has to go zigzagging, attentive to the

atento al suelo, subiendo y bajando, sorteando estalagmitas y estalactitas. Además, el pavimento es oscuro y el techo claro que rememoran, en el subsuelo, metafórica y simbólicamente, la tierra y el cielo de día, respectivamente.

En los dos casos expuestos y analizados –Café Gijón y Maldá Import– la metáfora de la caverna –paisaje de la naturaleza– no se resuelve desde la imitación formal, sino desde la abstracción figurativa de la atmósfera interior, el necesario descenso ritual, la continuidad del revestimiento y los efectos. Más que una figuración directa, hay una recreación de un ambiente a partir de un naturtipo genérico –la caverna, la gruta, la cueva– que pretende impregnar a los usuarios de sensaciones afines a las que imaginamos en esas cavidades del subsuelo que se idealizan y abstraen.

UN JARDÍN: IL GIARDINETTO

Históricamente, muchas han sido las alusiones que vinculan la arquitectura con la naturaleza, bien porque suministra sus leyes y principios, bien porque se erige en fundamento material; el propio Laugier, en la Ilustración, sitúa el origen de la disciplina en la cabaña rústica, una choza desmontable que el hombre construye con ramas en el bosque entre las que “escoge cuatro de las más fuertes, las levanta perpendicularmente y las dispone formando un cuadrado.”¹⁷

Los pilares, representación concreta y precisa de la estructura porticada en el dibujo de la planta de los bajos de los edificios altos, son elementos dados con los que los profesionales han de lidiar en la resolución del espacio comercial interior. Frente a la actitud de borrado de estas piezas –borrado ficticio a través de superficies especulares o matéricas uniformes (como en los casos anteriores)–, surge otro

floor layout, going up and down, rambling through stalagmites and stalactites. In addition, the flooring is dark and the ceiling is light, and the visitor recalls, in the underground space, metaphorically and symbolically, the earth and the sky by day, respectively.

In the two cases presented and analysed –Café Gijón and Maldá Import– the metaphor of the cave –landscape of nature– is not resolved from formal imitation, but from the figurative abstraction of the interior atmosphere, the necessary ritual descent, the continuity of the interior fitting-out and the light effects. More than a direct figuration, there is a recreation of an environment from a naturetype –the cavern, the cave, the grotto– that intends to impregnate users with similar sensations to those we imagine in those subsoil cavities that are idealised and abstract.

A GARDEN: IL GIARDINETTO

Historically, there have been many allusions that link architecture with nature, either because it provides its laws and principles, or because it provides its material foundations; Laugier himself, in the Enlightenment, places the origin of the discipline in the rustic cabin, a detachable hut that man builds with branches in the forest among which “he chooses four of the strongest, raises them upright and arranges them in a square.”¹⁷

The columns, specific and precise representation of a frame structure in the drawing of the ground floor of the tall buildings, are given elements that professionals have to deal with in the resolution of the interior commercial space. Faced with the attitude of erasing these pieces –fictitiously faded through mirror or uniform material surfaces (as in the previous cases)–, another approach arises that affects

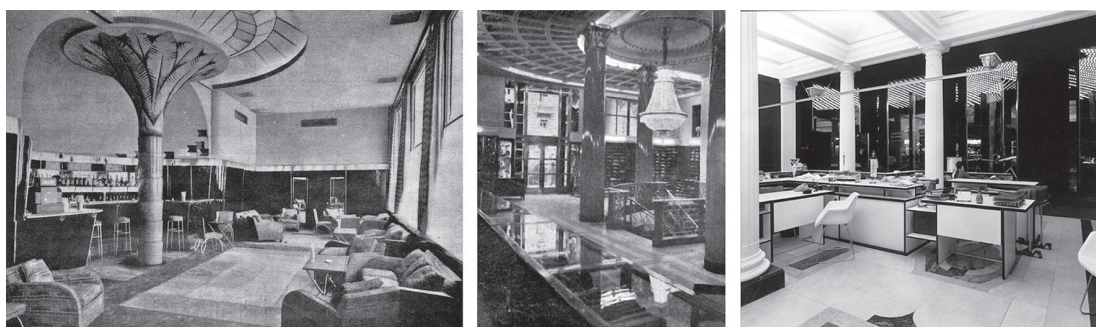


Figura 4. Interiores del bar *Miami* (Arniches, Domínguez y Zuazo, Madrid, 1930), *Almacenes Quirós* (García Mercadal y Aníbal Álvarez, Madrid, 1946) y *Aero Jet* (Clotet y Tusquets, Barcelona, 1972).

Figure 4. Interior spaces of *Miami Bar* (Arniches, Domínguez & Zuazo, Madrid, 1930), *Almacenes Quirós* (García Mercadal & Aníbal Álvarez, Madrid, 1946) and *Aero Jet* (Clotet & Tusquets, Barcelona, 1972).

planteamiento que incide en la lectura de la columna como sistema arbóreo, como bosque. En este sentido, Fernández-Galiano pone sobre la mesa las dos metáforas básicas de la poética figurativa del clasicismo: “el origen lígneo de la gramática constructiva del poste y el dintel, y la representación del cuerpo humano a través de la columna.”¹⁸

La primera metáfora fue tratada de manera literal por Carlos Arniches, Martín Domínguez y Secundino Zuazo en el bar *Miami* (Madrid, 1930) (Figura 4). La transformación del pilar central en palmera es la simulación figurativa de la naturaleza aristotélica –la imitación de su perfección– con el objetivo de inventar un lugar exótico en el centro de Madrid.¹⁹ También el espacio hipóstilo representa el origen leñoso del poste. Como el irónico lenguaje clásico en la columnata jónica utilizado por García Mercadal y Aníbal Álvarez en los *Almacenes Quirós* (Madrid, 1946), anticipo del lenguaje posmoderno utilizado por Clotet y Tusquets en el interior de la agencia de viajes *Aero Jet* (Barcelona, 1972) (Figura 4). Espacios metafóricos del oasis o del bosque primigenio del que surge el artificio de la arquitectura.

the reading of the column as an arboreal system, as a forest. In this sense, Fernández-Galiano puts on the table the two basic metaphors of the figurative poetics of classicism: “the ligneous origin of the constructive grammar of the post and the lintel, and the representation of the human body through the column.”¹⁸

The first metaphor was treated literally by Carlos Arniches, Martín Domínguez and Secundino Zuazo at the Miami Bar (Madrid, 1930) (Figure 4). The transformation of the central column into a palm tree is the figurative simulation of Aristotelian nature –the imitation of its perfection– with the aim of inventing an exotic place in the center of Madrid.¹⁹ The hypostyle space also represents the woody origin of the pole. As the ironic classical language in the Ionian colonnade used by García Mercadal and Aníbal Álvarez in the Almacenes Quirós (Madrid, 1946), a preview of the postmodern language used by Clotet and Tusquets inside the Aero Jet travel agency (Barcelona, 1972) (Figure 4). Metaphorical spaces of the oasis or of the original forest from which the artifice of architecture arises.



Figura 5. Interiores y fachada de *Il Giardinetto* (Correa y Milá, Barcelona, 1974).

El restaurante *Il Giardinetto* (Barcelona, 1974) fue el tercer local de restauración construido por Federico Correa y Alfonso Milá, después de *Reno* (Barcelona, 1961) y de la tortillería *Flash Flash* (Barcelona, 1969). Tras estas dos experiencias, en *Il Giardinetto* los arquitectos desplegaron con mayor libertad algunos de los recursos imaginarios empleados en los locales anteriores, en la búsqueda de un ambiente que trasladase a la clientela a una realidad alejada de la ciudad (Figura 5 y 6).



Figure 5. Interior space and façade of *Il Giardinetto* (Correa y Milá, Barcelona, 1974).

The restaurant Il Giardinetto (Barcelona, 1974) was the third restaurant built by Federico Correa and Alfonso Milá, after Reno (Barcelona, 1961) and the Tortillería (Spanish omelette shop) Flash Flash (Barcelona, 1969). After these two experiences, in Il Giardinetto the architects deployed with greater freedom some of the imaginary resources used in the previous works, in the search of an environment that moved the clientele to a reality far from the city (Figure 5 and 6).

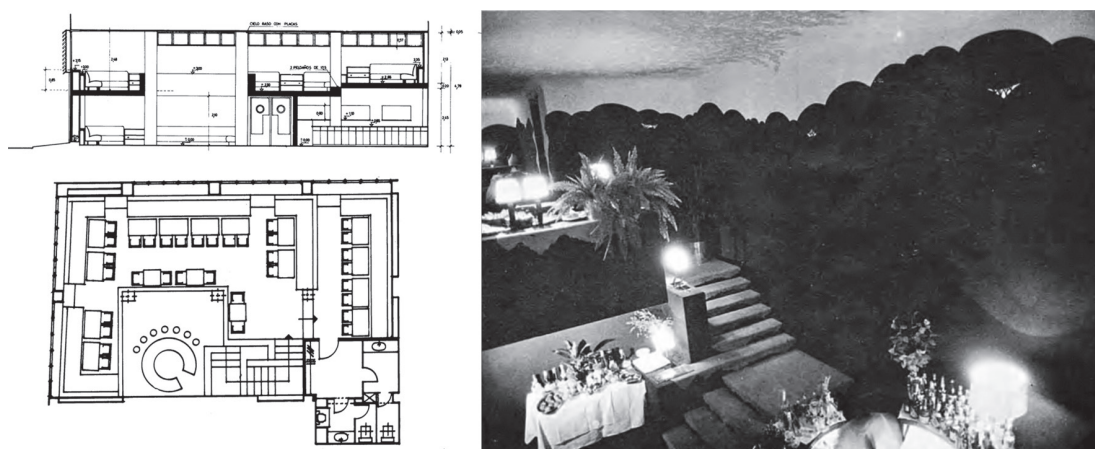


Figura 6. Planta, sección e interior de *Il Giardinetto* (Correa y Milá, Barcelona, 1974).

Figure 6. Floor plan, cross-section and interior space of *Il Giardinetto* (Correa y Milá, Barcelona, 1974).

Il Giardinetto es un lugar de ensueño. Desde que se traspasa la valla exterior, una opaca frontera por la que se desliza una ficticia hiedra, Correa y Milá nos introducen en una atmósfera irreal, en una cuidada escenografía en la que todos los elementos que la componen han sido tocados por la magia de una naturaleza estilizada e idealizada. Los pilares se convierten en troncos de unas fabulosas enredaderas que se abren hacia el techo –donde se extiende la hojarasca como sombras chinas– para cobijar, en su umbría, el jardín soñado sobre los paramentos verticales. Resulta de interés comparar el trabajo de Correa y Milá en *Il Giardinetto* con el llevado a cabo por Felipe López Delgado tres décadas antes en el salón de té *Xauen* (Madrid, 1941), en la línea del lenguaje oriental de las propuestas de los años 20 de Arniches y Domínguez para el bar del *Hotel Palace* (Madrid, 1926) o para la cafetería *Zahara* (Madrid, 1930). López Delgado busca reproducir, por mimesis objetual, una tetería de estilo colonial español. Para ello, entre otros elementos, simula un techo exterior, enredaderas incluidas, desde el

Il Giardinetto is a dreamlike place. From the moment that the outer fence is crossed, an opaque border through which a fictional ivy slips, Correa and Milá introduce us into an unreal atmosphere, in a careful scenery in which all the elements that compose it have been touched by the magic of a stylised and idealised nature. The columns become trunks of fabulous vines that open towards the ceiling –where the lush leaves extend like Chinese shadows– to shelter, in its shade, the dream garden on the vertical walls. It is interesting to compare the work of Correa and Milá in *Il Giardinetto* with that carried out by Felipe López Delgado three decades earlier in the *Xauen* Tea Room (Madrid, 1941), in the line of the oriental language of the proposals of the 20s from Arniches and Domínguez for the *Hotel Palace* Bar (Madrid, 1926) or for the *Zahara* Cafeteria (Madrid, 1930). López Delgado seeks to reproduce, by object mimesis, a Spanish colonial style tea shop. For this, among other elements, it simulates an exterior roof, including vines, from which to pick up a canopy to “protect” from “sun” to

que descolgar un toldo para “proteger” del “sol” a la clientela en un ejercicio de representación física de la realidad.

Il Giardinetto, por el contrario, es la incorporación de la naturaleza al contenedor estático del espacio dado para la creación de un cálido paisaje imaginado. Reflexionaba Rafael Moneo sobre esta obra:

Así, los troncos que, ajenos a cualquier tentación mimética, se transforman en finísimos tentáculos, adquiriendo una condición viva, animada; el planísimo techo materialmente cuajado de aquellas hojas, con algo del sutil dibujo de los botánicos; la valla trenzada de madera que, convertida en puerta de los aseos, da soporte a la invasora hiedra; troncos, hojas, hiedra, nos son tan conocidos desde nuestra infancia... se entiende tan bien que la ficción alude siempre a nuestra educada visión de un jardín y no de una selva. (...) ¿cuál hubiera sido la decoración, el tratamiento, que aquellos pilares necesitaban de no ser convertidos, como en cuentos de hadas, en árboles?²⁰

MIL ESTRELLAS: CASABLANCA

Retomando la reflexión de José Luis Pardo en torno a la exterioridad en los espacios comerciales –el afuera contenido en el adentro–, la simbología e iconografía del techo como cielo –estrellado o no– deviene fundamental.²¹ Tanto si el tratamiento es a partir de una buscada representación de la bóveda celeste, como si el objetivo es la eliminación del techo –su desaparición perceptiva e, incluso, física–. Tanto si es la claridad, como si es la oscuridad.

A partir de estas dos posiciones extremas, los techos desaparecen ante la luz cegadora –el techo

customers in an exercise of physical representation of reality.

Il Giardinetto, on the contrary, is the incorporation of nature into the static container of the given space for the creation of a warm imagined landscape. Rafael Moneo reflected on this work:

Thus, the trunks that, oblivious to any mimetic temptation, become very fine tentacles, acquiring a lively, animated condition; the flat ceiling materially set with those leaves, with some of the subtle drawing of botanists; the braided wooden fence that, turned into the door to the toilets, supports the invading ivy; trunks, leaves, ivy, they are so well known since our childhood... it is understood so well that fiction always refers to our educated vision of a garden and not of a jungle. (...) which would have been the decoration, the treatment, that those columns needed, had they not been converted, as in fairy tales, in trees?²⁰

A THOUSAND STARS: CASABLANCA

Returning to the reflection of José Luis Pardo about exteriority in commercial spaces –the exterior contained in the interior–, the symbology and iconography of the ceiling as a sky –starred or not– becomes fundamental.²¹ Whether the treatment is based on a sought representation of the celestial vault, or whether the objective is the removal of the ceiling –its perceptual and, even, physical disappearance–. Whether it is clarity, or whether it is darkness.

From these two extreme positions, the ceilings disappear before the blinding light –the ceiling as a

como bóveda celeste diurna- o ante su total ausencia -el techo como oscura noche con luna nueva-. Asumiendo la interpretación que debe hacerse de los espacios a través de las necesarias fotografías como único medio para analizar este aspecto lumínico, podemos poner sobre la mesa algunos proyectos que ayuden a comprender la continua búsqueda de sistemas que permitan borrar el techo para asomarnos al cielo.

Rafael de la Hoz experimentó los dos conceptos opuestos en sendos comercios.²² El techo de la tienda *Vogue* (Córdoba, 1951) se desvanece en su resplandor (Figura 7). En un sentido opuesto, de la Hoz recorre el camino contrario mediante un techo negro, borrando cualquier textura, en la tintorería Lindsay (Córdoba, 1954) (Figura 7). Situar el espacio de venta en el centro mismo de una cámara oscura, en el que no solo los límites del cielo se esfuman, sino también los del horizonte, es el objeto de dos tiendas, casi gemelas, ejecutadas en la década de los setenta y que analizamos a renglón seguido, de las que los locales cordobeses serían un referente anterior.

La primera, cronológicamente, es un proyecto de Casas Pérez (Barcelona, 1971) en el que todo el perímetro fue pintado de un color verde oscuro, mientras que el pavimento se resolvió con una moqueta gris (Figura 7). El resultado fue la desaparición del borde, la creación de una naturaleza abstracta e infinita en la que flotan los elementos de mobiliario para la exposición de la mercancía, como si de un espacio sin gravedad se tratara. El trabajo simétrico es la librería *Dau al Set* (Mora, Piñón y Viaplana, Valencia, 1973) (Figura 7). El recurso utilizado es idéntico, pero con una interesante variación: la colocación de un espejo en el borde que diluye los límites, al multiplicarlos, de la tierra, del cielo y del horizonte.

daytime sky vault- or before its total absence -the ceiling as a dark night with a new moon-. Assuming the interpretation that must be made of the spaces through the necessary photographs as the only means to analyse this light aspect, we can put forward below projects that help to understand the continuous search for systems that allow to erase the ceiling to look into the sky.

Rafael de la Hoz experienced the two opposite concepts in two shops.²² The roof of the Vogue Store (Córdoba, 1951) fades into its glow (Figure 7). In the opposite direction, de la Hoz travels the opposite way through a black roof, erasing any texture, in the Lindsay Dry Cleaners project (Córdoba, 1954) (Figure 7). Placing the sales space in the center of a dark chamber, in which not only the limits of the sky disappear, but also those of the horizon, is the object of two stores, almost twinned in aspect, executed in the seventies, that we analyse below, for which the two Cordoba shops should be considered as a preceding design reference.

The first one, chronologically, is a project by Casas Pérez (Barcelona, 1971) in which the entire perimeter was painted a dark green color, while the flooring was resolved with a gray carpet (Figure 7). The result was the disappearance of the edge, the creation of an abstract and infinite nature in which the furniture elements float for the exhibition of the merchandise, as if it were a space without gravity. The symmetrical work is the Dau al Set Bookstore (Mora, Piñón and Viaplana, Valencia, 1973) (Figure 7). The resource used is identical, but with an interesting variation: the placement of a mirror on the edge that dilutes the boundaries, by multiplying them, the earth, the sky and the horizon.

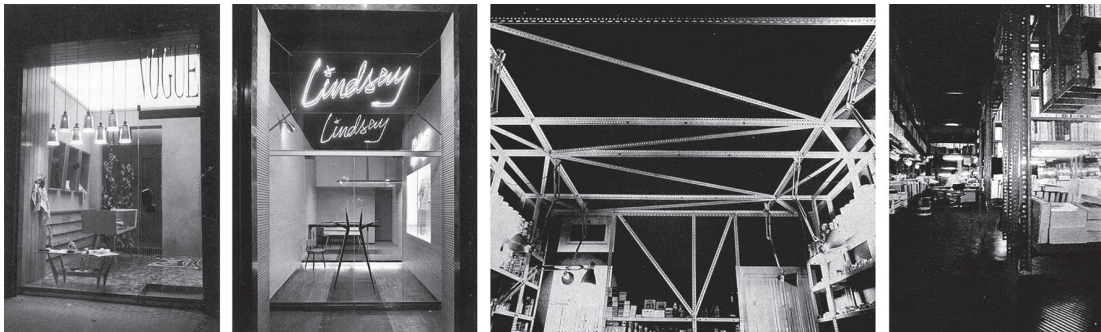


Figura 7. Fachadas de *Vogue* (de la Hoz, Córdoba, 1951) y *Lindsay* (de la Hoz, Córdoba, 1954). Interiores de Casas Pérez (Barcelona, 1971) y *Dau al Set* (Mora, Piñón y Viaplana, Valencia, 1973).

Figure 7. *Façades of Vogue* (de la Hoz, Córdoba, 1951) and *Lindsay* (de la Hoz, Córdoba, 1954). Interior spaces of Casas Pérez (Barcelona, 1971) and *Dau al Set* (Mora, Piñón & Viaplana, Valencia, 1973).

En cuanto a la representación iconográfica de la bóveda celeste destacan tres proyectos de finales de la década de los 50, todos trabajados en torno al diálogo entre los sistemas de iluminación y su lectura estelar. Aunque coetáneos, su fundamento proyectual es bien distinto.

Antonio Lamela pintó en el plano superior de las oficinas de *Swissair* (Madrid, 1957) una alegoría de los viajes marítimos guiados por el firmamento estrellado. Para ello dispuso unas lámparas empotradas de manera aleatoria en el falso techo, uniendo algunos de estos luceros mediante el trazado de unas líneas negras sobre un fondo blanco (Figura 8). El resultado fue la representación de una constelación que interactuaba con el mural pintado por Juan Ignacio Cárdenas en la escalera que ascendía al attillo –y al cielo–. Por su parte, Rafael de la Hoz había construido con anterioridad la tienda de fotografía *Studio 52* (Córdoba, 1954) (Figura 8). Sobre el techo de la zona de ventas diseñó una luminaria uniendo cables de colores para crear una estrella en cuyas puntas se ubicaban las bombillas.²³ Mediante una pieza similar, pero

Regarding the iconographic representation of the celestial vault, three projects from the end of the 50s stand out, all of them working around the dialogue between lighting systems and their stellar reading. Although contemporary, their project foundation is quite different.

Antonio Lamela painted on the top ceiling of the offices of Swissair (Madrid, 1957) an allegory of sea travel guided by the starry sky. To do this, randomly recessed lamps were arranged in the suspended ceiling, joining some of these stars by drawing black lines on a white background (Figure 8). The result was the representation of a constellation that interacted with the mural painted by Juan Ignacio Cárdenas on the stairs that ascended to the mezzanine –and to the sky–. For his part, Rafael de la Hoz had previously built the Studio 52 Photography Store (Córdoba, 1954) (Figure 8). On the ceiling of the sales area he designed a light fitting joining colored wires to create a star on whose tips the bulbs were located.²³ Through a similar piece, but duplicated in a game of symmetry, Sanz Magallón welcomed customers to the Almacenes Arias (Madrid, 1955)

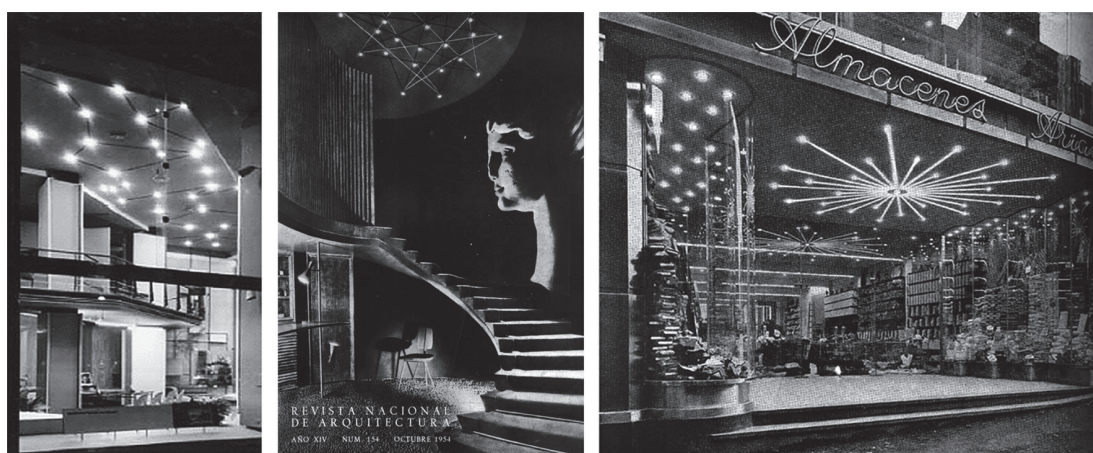


Figura 8. Interior y fachada de *Swissair* (Lamela, Madrid, 1957). Interior de *Studio 52* (de la Hoz, Córdoba, 1954). Fachada de *Almacenes Arias* (Sanz Magallón, Madrid, 1955).

Figure 8. Interior and façade of *Swissair* (Lamela, Madrid, 1957). Interior of *Studio 52* (de la Hoz, Córdoba, 1954). Façade of *Almacenes Arias* (Sanz Magallón, Madrid, 1955).

duplicada en un juego de simetría, Sanz Magallón daba la bienvenida a los clientes a los *Almacenes Arias* (Madrid, 1955) (Figura 8). Si en esta obra se trata de un juego meramente formal, en *Studio 52* la representación del cielo estrellado es un recurso escenográfico y un refuerzo en la definición de la densidad del ambiente interior, mientras que en *Swissair*, se trata de una iconografía relacionada con el objeto de venta: los viajes, muy apropiada para alentar las peripecias de las travesías.

Por último, resta estudiar la desaparición física, real, del techo y su sustitución por el verdadero firmamento. La materialización del exterior dentro del interior se consigue gracias a una cubierta retráctil en el patio del salón de baile *Casablanca* (Madrid, 1933) (Figura 9). Gutiérrez Soto construye la cubierta con la misma bóveda del cielo –mediante una superficie retráctil– y recrea, para los espectadores –actores del espectáculo del *dancing*– la atmósfera del estío en los cines de verano, esos templos oscuros cuyo techo es el cosmos estrellado.

(Figure 8). If in this work it is a purely formal game, in *Studio 52* the representation of the starry sky is a scenographic resource and a reinforcement in the definition of the density of the indoor environment, while in *Swissair*, it is an iconography related to the object of sale: travel, very appropriate to encourage the adventures of the crossings.

Finally, it remains to study the physical, real disappearance of the ceiling and its replacement by the true firmament. The materialisation of the exterior inside the interior is achieved thanks to a retractable roof in the courtyard of the *Casablanca Ballroom* (Madrid, 1933) (Figure 9). Gutiérrez Soto builds the roof with the vault of the sky itself –by means of a retractable surface– and recreates, for the spectators –actors of the dancing show– the atmosphere of summer in summer cinemas, those dark temples whose ceiling is the starry cosmos.

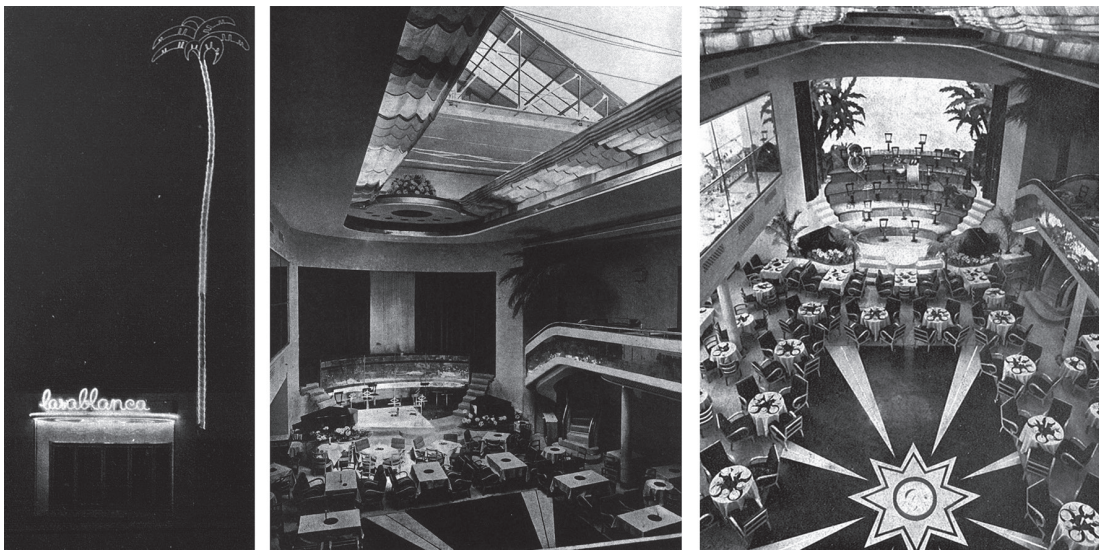


Figura 9. Fachada e interiores de *Casablanca* (Gutiérrez Soto, Madrid, 1933).

Figure 9. Façade and interior space of *Casablanca* (Gutiérrez Soto, Madrid, 1933).

Pero, no solo exterioriza el interior suprimiendo el techo. Para lograr el ambiente propicio para el baile, Gutiérrez Soto recurre a dos herramientas opuestas, pero complementarias. En primer lugar, en el interior se reproduce, estilizada, la naturaleza por medio de falsos árboles y pinturas figurativas de panorámicas míticas mediante el recorte de las siluetas arbóreas. Al exterior, sin embargo, el motivo vegetal se representa plano: la silueta dibujada en la fachada de la icónica y esbelta palmera de neón exhibe su ficticia realidad, a escala urbana, como reclamo publicitario y anticipo del húmedo tropical interior (Figura 9).

La segunda herramienta es la utilización de la naturaleza –la auténtica naturaleza– como recurso sobre el que levantar un interior acotado que anhela ser un exterior sin límites. La intención última del arquitecto es “hacer un local con grandes huecos abiertos,

But, the interior is not externalised only by suppressing the ceiling. To achieve the atmosphere conducive to dance, Gutiérrez Soto uses two opposite, but complementary tools. In the first place, nature is reproduced, stylised, by means of false trees and figurative paintings of mythical panoramas by trimming tree silhouettes. To the outside, however, the representation of the plant motif is flat: the silhouette drawn on the façade of the iconic and slender neon palm tree exhibits its fictional reality, on an urban scale, as an advertising ploy and as an anticipation of the humid tropical interior (Figure 9).

The second tool is the use of nature –the authentic nature– as a resource on which to build a bounded interior that longs to be an exterior without limits. The architect’s ultimate intention is “to make a place with large open voids, open to the exterior,

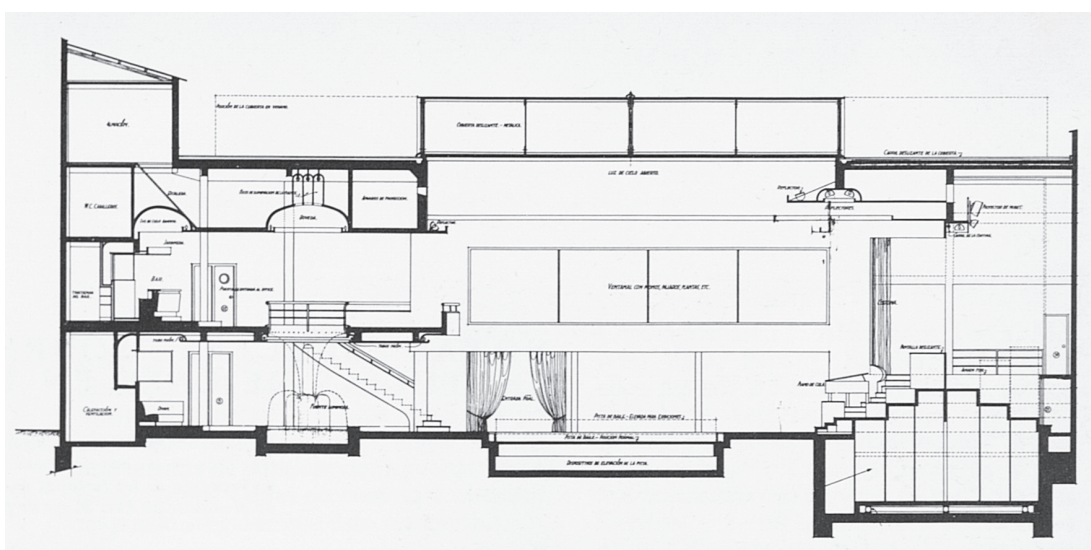


Figura 10. Sección longitudinal de *Casablanca* (Gutiérrez Soto, Madrid, 1933).

Figure 10. Cross-section of *Casablanca* (Gutiérrez Soto, Madrid, 1933).

al exterior, donde se produce el día, la noche y el amanecer.²⁴ Es decir, introducir el discurrir del tiempo y de la vida en el interior. Utiliza el rumor del agua de las fuentes, el ciclo solar, el alba y el crepúsculo, la luz y las estrellas como materiales de la arquitectura. *Casablanca* fue la respuesta a la búsqueda de un lugar evocador, una ilusión que embarcara los sentidos del cliente hacia un lejano e idílico paraíso: un naturtipo como un jardín tropical imaginario. *Casablanca* fue, según el propio Gutiérrez Soto:

Un lugar confortable, alegre y luminoso, especie de jardín de invierno en un país caluroso, sensación de aire libre por sus grandes ventanales, color de sol a través del amarillo de sus toldos, cuando se hace de día; suavidad azulada al llegar la noche; sensación de frío con el penacho iluminado de la fuente

where day, night and dawn occur.²⁴ That is to say, to introduce the course of time and life inside. It uses the rumour of the water of the fountains, the solar cycle, the dawn and the twilight, the light and the stars as materials of architecture. *Casablanca* was the answer to the search for an evocative place, an illusion that would embark the client's senses towards a distant and idyllic paradise: a naturetype of an imaginary tropical garden. *Casablanca* was, according to Gutiérrez Soto himself:

A comfortable, cheerful and bright place, a kind of winter garden in a hot country, a feeling of open air through its large windows, sun color through the yellow of its awnings, when it is daylight; bluish softness at night; feeling cold with the illuminated plume of the fountain (...). Something exotic and fantastic, that with the

(...). Algo exótico y fantástico, que con el verde de sus plantas nos haga olvidar el barullo (...) y nos transporte por unos momentos a plena naturaleza.²⁵

CONCLUSIONES: EL PAISAJE DE LA IMAGINACIÓN

La arquitectura, como refugio físico –racional– y psíquico –afectivo–, se ha apoyado de manera insistente en la imitación de las formas y ambientes de la naturaleza, pero no necesariamente en una traslación directa que la sustituya. La naturaleza entendida, para Francesco Milizia, como un “almacén inagotable, y siempre abierto para el artista, que saca los asuntos necesarios para sus obras.”²⁶ Un referente recurrente, tal vez porque, como señala Iñaki Ábalos, “históricamente la cueva y el lienzo han permitido poner en relación el hombre con la naturaleza y la cultura construyendo a su vez un viaje hacia el interior de nosotros mismos y de nuestro pasado remoto.”²⁷

Estos dos elementos, la cueva –como sistema atmosférico– y el lienzo –como sistema visual–, han cohabitado históricamente en un doble sistema de representación en metáforas: el de la reproducción arquitectónica de los elementos de la naturaleza y el de la simulación visual de los paisajes de la naturaleza. En este último sentido, resulta necesario citar a Josep Quetglas, a propósito del valor del dibujo –del lienzo– como “cariñosa fabulación refugiada en la convención de lo que podía haber sido pero ha renunciado a querer ser.”²⁸ La naturaleza construida por la arquitectura es la naturaleza imaginada, “la bella naturaleza,” frente a la “mera naturaleza.” Es decir, una belleza idealizada donde se reúnen todas las perfecciones consustanciales que es difícil encontrar juntas. Retomando a Quetglas:

*green of its plants makes us forget the noise (...) and conveys us for a few moments into the middle of nature.*²⁵

CONCLUSIONS: THE LANDSCAPE OF IMAGINATION

Architecture, as a physical shelter –rational– and psychic –affective–, has relied heavily on the imitation of nature’s forms and environments, but not necessarily on a direct copy that replaces it. Nature is understood, for Francesco Milizia, as an “inexhaustible store, always open for the artist, who takes the necessary matters for his works.”²⁶ A recurrent reference, perhaps because, as Iñaki Ábalos points out, “historically the cave and the canvas have allowed us to connect man with nature and culture while building a journey into ourselves and our remote past.”²⁷

These two elements, the cave –as an atmospheric system– and the canvas –as a visual system–, have historically cohabited in a double system of representation in metaphors: that of the architectural reproduction of the elements of nature and that of the visual simulation of the landscapes of nature. In this last sense, it is necessary to cite Josep Quetglas, regarding the value of drawing –on canvas– as “loving fable taking refuge in the convention of what could have been but has given up wanting to be.”²⁸ The nature built by architecture is the imagined nature, the “beautiful nature,” as opposed to the “mere nature.” That is, an idealised beauty where all the consubstantial perfections difficult to find together can meet. Returning to Quetglas:

Conozco pocos textos de arquitectura tan emotivos y tan reaccionarios como aquella carta de Henri Labrouste a César Daly, exponiéndole los motivos de haber (des) cubierto con imágenes de un jardín las cuatro paredes del vestíbulo de su biblioteca de Santa Genoveva: "Así, el jardín que me hubiese gustado atravesar para llegar a mi edificio, lo hice dibujar sobre los muros del vestíbulo, único intermediario entre la plaza pública y la biblioteca. Mi jardín pintado no valdrá, sin duda, lo que un bello paseo con castaños y plátanos, pero tiene la ventaja de presentar árboles siempre verdes y siempre floridos, incluso en el mes de diciembre (...). El vestíbulo es algo oscuro: pero los lectores, al cruzarlo, crearán quizás por un instante que esa oscuridad no es otra cosa que la sombra de los árboles cayendo sobre su cabeza, y me perdonarán, espero."²⁹

El planteamiento de Labrouste, puede que reaccionario por romántico, conecta con inmediatez con los deseos de los usuarios. Los espacios de venta e intercambio de bienes requieren de una escenografía adecuada a los intereses y necesidades de los actores-clientes. Las tiendas exigen, también, de la generación de un ambiente y una envolvente que profundice en la experiencia del estar, que les seduzca. Por otro lado, los interiores comerciales a pie de calle, espacios privados con vocación pública, deben tener la consideración, como ya hemos indicado, de lugares exteriores. Pero no exteriores inhabitables, sino vinculados a la cultura. Desde este punto de vista, la ficción evocadora del exterior como naturaleza idealizada –culturizada–, como paisaje, frente a la antigua naturaleza –no domesticada–, se convierte en herramienta para el desarrollo del proyecto de seducción de los comercios: espacios de atención al público convincentes, persuasivos y prometedores de experiencias.

I know few architectural texts as emotional and reactionary as that letter from Henri Labrouste to César Daly, explaining the reasons for having (un)covered with images of a garden the four walls of the lobby of his library in Sainte-Geneviève: "Thus, the garden that I would have liked to cross to get to my building, I had it drawn on the walls of the lobby, the only intermediate space between the public square and the library. My painted garden will certainly not be worth a beautiful walk with chestnut and banana trees, but it has the advantage of presenting evergreen and always flowering trees, even in the month of December (...). The lobby is somewhat dark: but the readers, when crossing it, will perhaps believe for an instant that darkness is nothing but the shadow of the trees falling on their head, and they will forgive me, I hope."²⁹

Labrouste's approach, which may be reactionary for a romantic, connects immediately with the wishes of the users. The spaces for the sale and exchange of goods require a scenography adapted to the interests and needs of the actors-clients. The stores also require the generation of an environment and an envelope that delves into the experience of being, and seduces them. On the other hand, commercial interiors at street level, private spaces with a public vocation, must be considered, as we have already indicated, exterior spaces. Not uninhabitable exteriors, but linked to culture. From this point of view, the evocative fiction of the exterior as an idealized nature –cultured–, as a landscape, in front of the old nature –undomesticated–, becomes a tool for the development of the project of seduction for the shops: spaces for customer service convincing, persuasive and with promising experiences.

En este sentido, las metáforas construidas en los comercios de la modernidad –que ceden en algunos casos ante la fuerza de la publicidad– no son imágenes literales –miméticas– de la naturaleza o de sus paisajes concretos, sino que estos fragmentos –estampas temáticas de lo típico, como “naturtipos” (grutas y cavernas, jardines y bosques, firmamentos y cielos), en un afán de síntesis– se activan por recursos figurativos, muchos abstractos, que beben de las vanguardias artísticas de todo el siglo XX. Recursos que basculan entre la recreación, más o menos literal, de los elementos –idealizados– del paisaje, bien por la representación de un artificio o un trampantojo (falsos árboles, cielos y jardines esculpidos o pintados) o bien por la propia ejecución de la arquitectura a través de la naturaleza como material (el verdadero firmamento, el rumor del agua...), y el de la transformación –transubstanciación– de la sustancia natural y de la imagen de la naturaleza: el recurso de la generación de un paisaje interior abstracto que exige de un ejercicio intelectual para su completo entendimiento.

En último término, la incorporación conceptual de la naturaleza para construir un “paisaje de la imaginación,” aunque, en ocasiones, también de la ilusión o de la fantasía.³⁰ Una imaginación alentada desde la metáfora que permite una mayor libertad en el uso del lenguaje y que conspira con la mente para gozar de mayor libertad. La metáfora dota a esta arquitectura de una vida nueva, su carácter esencial es un tanto profético. Porque las metáforas intentan cambiar el mundo –según Donoghue– cambiando nuestro sentido de él.³¹ Y por ello la arquitectura moderna de los espacios comerciales también la usó como reclamo, aunque para ello se sirviese de “la contradicción entre el interior y el exterior [que] puede manifestarse en un forro despegado que produce un espacio adicional entre el forro y la pared exterior.”³² Y en estos espacios adicionales fue posible el despliegue de mundos exteriores

In this sense, the metaphors built in the shops of modernity –which in some cases yield to the force of advertising– are not literal –mimetic– images of nature or its specific landscapes, but rather these fragments –thematic prints of the typical, as “naturetypes” (caves and caverns, gardens and forests, firmaments and skies), in a desire to synthesize– are activated by figurative resources, many abstract, that draw on the artistic avant-gardes of the entire twentieth century. These resources range between the recreation, more or less literal, of the elements –idealized– of the landscape, either by the representation of an artifice or an illusion (false trees, skies and sculpted or painted gardens) or by the actual execution of architecture through nature as material (the true sky, the sound of water...), and the transformation –transubstantiation– of the natural substance and the image of nature: the resource for the generation of an abstract interior landscape that demands an intellectual exercise for its complete understanding.

The ultimate purpose is the conceptual incorporation of nature to build a “landscape of imagination,” although, sometimes, also of illusion or fantasy.³⁰ An imagination encouraged from the metaphor that allows greater freedom in the use of language and conspires with the mind to enjoy greater freedom. The metaphor gives this architecture a new life, its essential character is somewhat prophetic. Because metaphors try to change the world - according to Donoghue - by changing our sense of it.³¹ And for that reason the modern architecture of the commercial spaces also used it as a lure, although for this it had to make use of the fact that “contradiction between the inside and the outside may manifest itself in an unattached lining which produces an additional space between the lining and the exterior wall.”³² And in these additional spaces it was possible to deploy imaginary exterior worlds

imaginarios –pensados–, aunque, en realidad, se habitase, por momentos, espacios interiores culturizados –emocionales–.

–thoughts–, although, in reality, one inhabited, at times, cultured interior spaces –emotional–.

Notas y Referencias

- José Luis Pardo, "Interior, día" en *Interior* (Madrid: Ministerio de Fomento y Fundación Arquia, 2014), 159–163.
- Xavier Montey, *La calle y la casa. Urbanismo de interiores* (Barcelona: Gustavo Gili, 2017), 72–80.
- Pardo, "Interior, día", 163.
- Gilles Deleuze, *El pliegue. Leibniz y el Barroco*, trad. José Vázquez y Umbelina Larraceleta (Barcelona: Paidós Ibérica, 1989). Original publicado como *Le Pli. Leibniz et le Baroque* (París: Les Éditions de Minuit, 1988), 42–43.
- Renato de Fusco, *El placer del arte. Comprender la pintura, la escultura, la arquitectura y el diseño* (Barcelona: Gustavo Gili, 2008), 113.
- Denis Donoghue, citado por David Rieff, *Elogio del olvido. Los paradajos de la memoria histórica* (Barcelona: Debate, 2017), 142.
- Roland Barthes, *La Torre Eiffel* (Barcelona, Paidós, 2011), 100–101.
- Aristóteles, *Poética*, trad. Alicia Villar Lecumberri (Madrid: Alianza Editorial, 2013). Original publicado como *Περὶ ποιητικῆς*, capítulo 21.
- Iñaki Ábalos, *Atlas pintoresco*, vol. 1, *el observatorio* (Barcelona: Gustavo Gili, 2005), 42–144.
- El término "naturtipos" (que se relaciona con el concepto de "arquetipos") designaría un imaginario compartido sobre ciertos "lugares" (habitables) o "paisajes" (no necesariamente habitables) que podemos encontrar en la naturaleza (cuevas, bosques, selvas, desiertos, cielos...). Todo imaginario, en tanto que simplificación de la realidad, presenta una carga simbólica para las sociedades que los crean o los heredan. A este respecto sería necesario trazar una genealogía que iría desde Carl Jung (1875-1961), Gaston Bachelard (1884-1962) y Mircea Eliade (1907-1986) hasta llegar a Gilbert Durand (1921-2012). Los "imaginarios" se construyen con un amplio repositorio de arquetipos: imágenes universales, visuales y sensoriales, presentes desde los tiempos más remotos.
- Robert Venturi, *Complejidad y contradicción en la arquitectura* (Barcelona: Gustavo Gili, 1980, 2ª ed.) (orig. esp. 1977, orig. ing. 1966), 109–111.
- Pablo Aguilar Gil, "Viaje a los agujeros de la memoria: Cuevas, pozos y madrigueras," *Revista Europea de Investigación en Arquitectura*, no. 11-12 (2018): 11–27.
- Ángel Verdasco, "Integrar la anomalía. Estrategias proyectuales en la obra de Inza," *REIA*, no. 10 (2018): 218.
- Adolf Loos, "El principio del revestimiento," en *Escritos I* (Madrid: El Croquis, 1993), 151–157.
- "La creatividad del arte es ciertamente de distinto tipo de la creatividad de la Naturaleza, y, por consiguiente, la imitación formal de la Naturaleza es tan inaceptable como la imitación de otra obra de arte. Sea ésta de la época que sea. El emplear, sin embargo, elementos constructivos, materiales, normas incluso, el recoger el espíritu, las leyes de desarrollo; el recrear, en una palabra, no solamente no será pernicioso, sino, a mi entender, muy conveniente." Francisco Inza, "Nuestros pueblos. 'Arqueologismo' y 'formalismo,'" *Arquitectura*, no. 61 (Enero 1964): 55.

Notes and References

- José Luis Pardo, "Interior, día," in *Interior* (Madrid: Ministerio de Fomento & Fundación Arquia, 2014), 159-163.
- Xavier Montey, *La calle y la casa. Urbanismo de interiores* (Barcelona: Gustavo Gili, 2017), 72-80.
- Pardo, "Interior, día", 163.
- Gilles Deleuze, *El pliegue. Leibniz y el Barroco*, trans. José Vázquez and Umbelina Larraceleta (Barcelona: Paidós Ibérica, 1989). Originally published as *Le Pli. Leibniz et le Baroque* (Paris: Les Éditions de Minuit, 1988), 42-43.
- Renato de Fusco, *El placer del arte. Comprender la pintura, la escultura, la arquitectura y el diseño* (Barcelona: Gustavo Gili, 2008), 113.
- Denis Donoghue cited by David Rieff, *Elogio del olvido. Los paradajos de la memoria histórica* (Barcelona: Debate, 2017), 142.
- Roland Barthes, *La Torre Eiffel* (Barcelona, Paidós, 2011), 100-101.
- Aristóteles, *Poética*, trans. Alicia Villar Lecumberri (Madrid: Alianza Editorial, 2013). Originally published as *Περὶ ποιητικῆς*, see chapter 21.
- Iñaki Ábalos, *Atlas pintoresco*, vol. 1, *el observatorio* (Barcelona: Gustavo Gili, 2005), 42-144.
- The term "naturetypes" (which relates to the concept of "archetypes") would designate a shared imaginary about certain "places" (habitable) or "landscapes" (not necessarily habitable) that we can find in nature (caves, forests, jungles, deserts, skies...). Every imaginary, as a simplification of reality, presents a symbolic burden for the societies that create or inherit them. In this regard it would be necessary to draw a genealogy that would go from Carl Jung (1875-1961), Gaston Bachelard (1884-1962) and Mircea Eliade (1907-1986) until arriving to Gilbert Durand (1921-2012). The "imaginaries" are built with a wide repository of archetypes: universal, visual and sensory images, present since the most remote times.
- Robert Venturi, *Complejidad y contradicción en la arquitectura* (Barcelona: Gustavo Gili, 1980, 2nd ed.) (orig. Spa. 1977, orig. Eng. 1966), 109 - 111.
- Pablo Aguilar Gil, "Viaje a los agujeros de la memoria: Cuevas, pozos y madrigueras," *Revista Europea de Investigación en Arquitectura*, no. 11-12 (2018): 11-27.
- Ángel Verdasco, "Integrar la anomalía. Estrategias proyectuales en la obra de Inza," *REIA*, no. 10 (2018): 218.
- Adolf Loos, "El principio del revestimiento," in *Escritos I* (Madrid: El Croquis, 1993), 151-157.
- "The creativity of art is certainly of a different kind from the creativity of Nature, and, therefore, the formal imitation of Nature is as unacceptable as the imitation of another work of art. Irrespective of the period that it is from. Using, however, constructive elements, materials, even norms, gathering the spirit, the laws of development; recreating, in a word, will not only not be pernicious, but, in my opinion, very convenient." Francisco Inza, "Our villages. 'Archeologism' and 'formalism,'" *Arquitectura*, no. 61 (January 1964): 55.

- ¹⁶ El hecho de presentar ciertos objetos aislados (sea sobre peanas, pedestales o cualquier otro soporte que los eleve y acerque al observador) es una técnica compartida por las culturas occidental y oriental para hacer los elementos más atractivos al destacarlos, como si de piezas exclusivas se tratara. Véase a este respecto las observaciones de Juan Navarro Baldeweg, "Signos, materia, nada," en *Foro Crítica VI. Lecciones de arquitectura* (Alicante: Colegio Territorial de Arquitectos de Alicante y Universidad de Alicante, 2014), 41–45.
- ¹⁷ Marc-Antoine Laugier, *Ensayo sobre la arquitectura* (Madrid: Akal, 1999), 44.
- ¹⁸ Luis Fernández-Galiano, "Treinta y dos elementos. Architecture, from System to Fragment," *Arquitectura Viva*, no. 169 (2014): 30.
- ¹⁹ Se trata de un recurso expresivo recurrente en la historia de la arquitectura, como lo demuestra el pilar central protagonista de la ermita mozárabe de San Baudelio de Berlanga (Soria, siglo XI).
- ²⁰ Rafael Moneo, "Il Giardinetto de Correa-Milá," *Arquitecturas Bis*, no. 1 (1974): 21.
- ²¹ La representación del intradós de los techos como un cielo azul de estrellas doradas ya se pinta en los frescos del pórtico de acceso al templo de Hatshepsut, obra de Semenu (Egipto, ca. 1500 a.C.).
- ²² Otros ejemplos notables son la tienda *Philips Ibérica* (Carlos López Romero, Madrid, 1931) o la galería de arte *Alfonso Vilches* (Fernando Urrutia, Madrid, 1955). Las fotografías publicadas en *Arquitectura y Revista Nacional de Arquitectura*, respectivamente, muestran un techo absolutamente blanco, tal vez intencionadamente sobreexpuestas en la toma.
- ²³ Emilia Morales, "Studio 52: Un ejemplo de modernidad arquitectónica en Córdoba," *Laboratorio del Arte*, no. 7 (1994): 223. Emilia Morales otorga la autoría de la lámpara a "los futuros miembros del 'Equipo 57.'"
- ²⁴ Luis Gutiérrez Soto, "Casablanca," *Blanco y Negro* (2 de julio, 1933): 183.
- ²⁵ *Ibid.*
- ²⁶ Francesco Milizia, *Artes del Diseño* (Madrid: Real Academia Española y Consejo General de la Arquitectura Técnica en España, 1992), 22.
- ²⁷ Ábalos, *Atlas pintoresco*, 126.
- ²⁸ Josep Quetglas, "Loos dice...", en *Artículos de Ocasión* (Barcelona: Gustavo Gili, 2004), 79.
- ²⁹ *Ibid.*
- ³⁰ Josep Quetglas, "No te hagas ilusiones," *El Croquis*, no. 49-50 (1991): 24. Quetglas opone, y prefiere, la arquitectura de la imaginación a la arquitectura de la ilusión o de la fantasía.
- ³¹ Denis Donoghue, *Metaphor* (Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 2014).
- ³² Venturi, *Complejidad y contradicción en la arquitectura*, 119.
- ¹⁶ *The fact of presenting certain isolated objects (whether on stands, pedestals or any other support that elevates them and brings them closer to the observer) is a technique shared by western and eastern cultures to make the elements more attractive when they are highlighted, as if each one is an exclusive piece. See in this regard the observations of Juan Navarro Baldeweg, "Signos, materia, nada," in Foro Crítica VI. Lecciones de arquitectura (Alicante: Colegio Territorial de Arquitectos de Alicante & Universidad de Alicante, 2014), 41-45.*
- ¹⁷ Marc-Antoine Laugier, *Ensayo sobre la arquitectura* (Madrid: Akal, 1999), 44.
- ¹⁸ Luis Fernández-Galiano, "Treinta y dos elementos. Architecture, from System to Fragment," *Arquitectura Viva*, no. 169 (2014): 30.
- ¹⁹ *It is a recurring expressive resource in the history of architecture, as evidenced by the main central column of the Mozarabic hermitage of San Baudelio de Berlanga (Soria, 11th century).*
- ²⁰ Rafael Moneo, "Il Giardinetto de Correa-Milá," *Arquitecturas Bis*, no. 1 (1974): 21.
- ²¹ *The representation of the soffit of the ceilings as a blue sky of golden stars is already painted on the frescoes of the portico of access to the temple of Hatshepsut, work of Semenu (Egypt, ca. 1500 BC).*
- ²² *Other notable examples are the Store Philips Ibérica (Carlos López Romero, Madrid, 1931) or the Art Gallery Alfonso Vilches (Fernando Urrutia, Madrid, 1955). The photographs published in Arquitectura and Revista Nacional de Arquitectura, respectively, show a completely white ceiling, perhaps deliberately over-exposed.*
- ²³ Emilia Morales, "Studio 52: Un ejemplo de modernidad arquitectónica en Córdoba," *Laboratorio del Arte*, no. 7 (1994): 223. Emilia Morales grants the authorship of the lamp to "future members of 'Team 57.'"
- ²⁴ Luis Gutiérrez Soto, "Casablanca," *Blanco y Negro* (July 2nd, 1933): 183.
- ²⁵ *Ibid.*
- ²⁶ Francesco Milizia, *Artes del Diseño* (Madrid: Real Academia Española & Consejo General de la Arquitectura Técnica en España, 1992), 22.
- ²⁷ Ábalos, *Atlas pintoresco*, 126.
- ²⁸ Josep Quetglas, "Loos dice...", in *Artículos de Ocasión* (Barcelona: Gustavo Gili, 2004), 79.
- ²⁹ *Ibid.*
- ³⁰ Josep Quetglas, "No te hagas ilusiones," *El Croquis*, no. 49-50 (1991): 24. Quetglas opposes, and prefers, the architecture of imagination to the architecture of illusion or fantasy.
- ³¹ Denis Donoghue, *Metaphor* (Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 2014).
- ³² Venturi, *Complejidad y contradicción en la arquitectura*, 119.

BIBLIOGRAPHY

- Ábalos, Iñaki. *Atlas pintoresco*. Vol. 1, *El observatorio*. Barcelona: Gustavo Gili, 2005.
- "Agencia de viajes Aero Jet." *Arquitectura*, no. 161 (1972).
- Aguilar Gil, Pablo. "Viaje a los agujeros de la memoria: Cuevas, pozos y madrigueras." *REIA*, no. 11-12 (2018): 11-27.
- Aristóteles. *Poética*. Translated by Alicia Villar Lecumberri. Madrid: Alianza Editorial, 2013. Originally published as Περὶ ποιητικῆς.
- Barthes, Roland. *La Torre Eiffel*. Barcelona: Paidós, 2011.

- "Casablanca, dancing-salón de té." *Arquitectura*, no. 171 (1933).
- Crespo, Ángel. "Una obra de Francisco de Inza: ambientes interiores del restaurante Gijón." *Nueva Forma*, no. 17 (1967): 47-49.
- Daroca-Bruño, Francisco. *Córdoba 1950: Rafael de la Hoz como motor de la modernidad*. Córdoba: Diputación de Córdoba, 2019.
- Deleuze, Gilles. *El pliegue. Leibniz y el Barroco*. Translated by José Vázquez and Umbelina Larraceleta. Barcelona: Paidós Ibérica, 1989. Originally published as *Le Pli. Leibniz et le Baroque* (París: Les Éditions de Minuit, 1988).
- Donoghue, Denis. *Metaphor*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 2014.
- "Edificio comercial en Madrid." *Informes de la Construcción*, no. 73 (1955).
- "El cabaré 'Casablanca' del arquitecto Luis Gutiérrez Soto. 1933. Antología." *Arquitectura*, no. 238 (1982).
- "El Jardinetto." *Cuadernos de Arquitectura y Urbanismo*, no. 103 (1974).
- Fernández-Galiano, Luis. "Treinta y dos elementos. Architecture, from System to Fragment." *Arquitectura Viva*, no. 169 (2014): 11-58.
- Fusco, Renato de. *El placer del arte. Comprender la pintura, la escultura, la arquitectura y el diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, 2008.
- "Galería de Arte Sacro, 1961." *Nueva Forma*, no. 53 (1969).
- Gutiérrez Soto, Luis. "Casablanca." *Blanco y Negro* (July 2nd, 1933): 183-184.
- Gutiérrez Soto, Luis, and Carlos de Miguel. *La Obra De Luis Gutierrez Soto*. 2nd ed. Madrid: Colegio Oficial de Arquitectos, 1982.
- "Il Giardinetto de Correa-Milá." *Arquitecturas Bis*, no. 1 (1974).
- Inza, Francisco. "Café Gijón." *Arquitectura*, no. 55 (1963): 25-27.
- Inza, Francisco. "Nuestros pueblos. 'Arqueologismo' y 'formalismo.'" *Arquitectura*, no. 61 (1964): 55-56.
- Laugier, Marc-Antoine. *Ensayo sobre la arquitectura*. Madrid: Akal, 1999.
- "Librería Dau al Set, Valencia." *Cuadernos de Arquitectura y Urbanismo*, no. 120 (1976).
- "Local comercial en Barcelona." *Arquitectura*, no. 111 (1968).
- "Local comercial." *Cuadernos de Arquitectura y Urbanismo*, no. 84 (1971).
- "Local destinado a restaurante con servicio de mesas y barra." *Cuadernos de Arquitectura y Urbanismo*, no. 84 (1971).
- Loos, Adolf. "El principio del revestimiento." In *Escritos I*, edited by Adolf Opel and Josep Quetglas, 151-157. Madrid: El Croquis, 1993.
- Martín-Artajo, A., and Carlos de Miguel, coords. *El arquitecto Curro Inza*. Madrid: Cirsa, 1978.
- Milizia, Francesco. *Artes del Diseño*. Madrid: Real Academia Española, and Consejo General de la Arquitectura Técnica en España, 1992.
- Moneo, Rafael. "Il Giardinetto de Correa-Milá." *Arquitecturas Bis*, no. 1 (1974): 17-21.
- Monteyes, Xavier. *La calle y la casa. Urbanismo de interiores*. Barcelona: Gustavo Gili, 2017.
- Morales Cañada, Emilia. "Studio 52: Un ejemplo de modernidad arquitectónica en Córdoba." *Laboratorio del Arte*, no. 7 (1994): 217-223.
- Mozas, Javier. "Remediate, reuse, recycle. Los procesos RE- como expiación." *Revista independiente de arquitectura + tecnología*, no. 39-40 (Spring-Autumn, 2012): 4-25.

- Navarro Baldeweg, Juan. "Signos, materia, nada." In *Foro Crítica VI. Lecciones de arquitectura*, 31-51. Alicante: Colegio Territorial de Arquitectos de Alicante, and Universidad de Alicante, 2014.
- "Nuevo café en Madrid." *Arquitectura*, no. 134 (1930).
- "Oficinas para Swissair." *Revista Nacional de Arquitectura*, no. 191 (1957).
- Pardo, José Luis. "Interior, día." In *Interior*, 154-171. Madrid: Ministerio de Fomento, and Fundación Arquia, 2014.
- Peña Amaro, Antonio, José Díaz López, and Francisco Daroca Bruño. *Rafael de la Hoz, catálogo de obras y proyectos*. Córdoba: Demarcación en Córdoba del COA de Andalucía Occidental, 1991.
- Quetglas, Josep. *Artículos de Ocasión*. Barcelona: Gustavo Gili, 2004.
- Quetglas, Josep. "No te hagas ilusiones." *El Croquis*, no. 49-50 (1991): 24-29.
- "Reforma de un local en la Gran Vía madrileña." *Cortijos y Rascacielos*, no. 58 (1950).
- "Restaurante en el Café Gijón, 1963." *Nueva Forma*, no. 53 (1969).
- "Restaurante Reno." *Cuadernos de Arquitectura*, no. 46 (1961).
- Rieff, David. *Elogio del olvido. Las paradojas de la memoria histórica*. Barcelona: Debate, 2017.
- "Swissair, líneas aéreas suizas." *Informes de la Construcción*, no. 91 (1957).
- "Tapicerías Gancedo, Madrid, 1961." *Nueva Forma*, no. 53 (1969).
- "Tienda de modas en Córdoba." *Revista Nacional de Arquitectura*, no. 131 (1952).
- "Tienda de venta de telas." *Arquitectura*, no. 36 (1961).
- "Tienda en Córdoba." *Revista Nacional de Arquitectura*, no. 154 (1954).
- "Tienda Maldá Import." *Cuadernos de Arquitectura*, no. 71 (1969).
- Venturi, Robert. *Complejidad y contradicción en la arquitectura*. Barcelona: Gustavo Gili, 1980 (2nd ed.) (orig. Spa. 1977, orig. Eng. 1966).
- Verdasco, Ángel. *El archivo de Curro Inza*. Madrid: Mairera, 2016.
- Verdasco, Ángel. "Integrar la anomalía. Estrategias proyectuales en la obra de Inza." *REIA*, no. 10 (2018): 215-231.

IMAGE SOURCES

1. Verdasco, Ángel. *El archivo de Curro Inza*. Madrid: Mairera, 2016. 2. Verdasco, Ángel. *El archivo de Curro Inza*. Madrid: Mairera, 2016. 3. *Cuadernos de Arquitectura*. "Tienda Maldá Import". No. 71 (1969). 4. *Arquitectura*. "Nuevo café en Madrid". No. 134 (1930). | *Cortijos y Rascacielos*. "Reforma de un local en la Gran Vía madrileña". No. 58 (1950). | Oscar Tusquets Blanca & Lluís Clotet. 5. <http://www.ilgiardinetto.blog> | Catalá Roca. 6. *Arquitecturas Bis*. "Il Giardinetto de Correa-Milà", No. 1 (1974). | Catalá Roca. 7. *Revista Nacional de Arquitectura*. "Tienda de modas en Córdoba". No. 131 (1952). | Peña Amaro, Antonio, José Díaz López & Francisco Daroca Bruño. *Rafael de la Hoz, catálogo de obras y proyectos*. Córdoba: Demarcación en Córdoba del COA de Andalucía Occidental, 1991 | *Cuadernos de Arquitectura y Urbanismo*. "Local comercial". No. 84 (1971). | *Cuadernos de Arquitectura y Urbanismo*. "Librería Dau al Set, Valencia". No. 120 (1976). 8. *Informes de la Construcción*. "Swissair, líneas aéreas suizas". No. 91 (1957). | *Revista Nacional de Arquitectura*. "Tienda en Córdoba". No. 154 (1954). | *Informes de la Construcción*. "Edificio comercial en Madrid". No. 73 (1955). 9. *Arquitectura*. "Casablanca, Dancing-salón de té". No. 171 (1933). 10. W.A.A. *La obra de Luis Gutiérrez Soto*. Madrid: COAM, 1982.