

HELENA BATLLE, MARIA BAXAULI
MONTSERRAT GUSTÀ, RAFEL TORRELLA

ART I HISTÒRIA A LES BOTIGUES REFLEXIONS SOBRE UN PATRIMONI DESCUIDAT

«Qualsevol actitud davant l'obra d'art, la intervenció de la restauració inclosa, depèn que s'hagi produït o no s'hagi produït el reconeixement de l'obra d'art com a tal obra d'art. La restauració és el moment metodològic del reconeixement de l'obra d'art en la seva consistència física i en la seva doble polaritat estètica i històrica, de cara a la seva transmissió al futur »

Cesare BRANDI, *Teoria de la restauració*

Es pot dir que Barcelona està recuperant el seu patrimoni arquitectònic? Tothom sap que la ciutat és feta de grans monuments que han patit el pas del temps, de les modes, àdhuc de voluntats polítiques que han anat marcant el grau de conservació i preservació del patrimoni arquitectònic. Restauracions espectaculars com la de la Pedrera, l'Arc de Triomf, el monument de Colom o la Casa Macaya donen idea de la voluntat de conservar un patrimoni ric i important per a la ciutat, per tal que es mantingui com a senyal d'identificació. Però una ciutat és també feta de locals quotidians, de petits indrets que recullen i evocuen tota una història, que poden ser representatius d'un moment artístic i que, potser, en el seu temps, han estat marques d'identitat d'un barri o d'un carrer. Una ciutat és feta de cafès, de carnisseries, de farmàcies, de fleques i pastisseries — una ciutat també és feta de botigues. Barcelona, i Catalunya en general, manté la tradició d'un esperit comercial, el qual, per la seva mateixa empena, negligeix un patrimoni arquitectònic i decoratiu que potser donaria una idea més real de la incidència dels corrents artístics a la ciutat que no pas la que pot donar la visió dels grans monuments.

És un fet que les botigues, com a components del que en-

tenem per patrimoni històrico-artístic d'una ciutat, han estat, sovint, ignorades o menystingudes. La causa d'aquestes actituds, que comporta conseqüències irreparables, cal cercar-la tant en la conducta ciutadana com en la desídia administrativa. La consideració de les botigues com a patrimoni que cal protegir és, encara, una actitud estranya en el comportament ciutadà. La pròpia idiosincràsia d'aquests locals, que tradicionalment han estat espais d'ús quotidià i a l'abast de tothom, pot haver motivat aquesta postergació: la popularitat dels establiments ha comportat també el seu desprestigi. Així, les botigues, uns espais que no desenvolupen una funció pública rellevant (com les escoles, els teatres o els hospitals), que no tenen un caràcter monumental amb significació urbanística (com els mercats), tampoc no s'han vist afavorides per la consideració i el respecte de què són objecte les cases o els palaus, en quant locals privats i de difícil accés.

L'aparició del local especialment dedicat al comerç al detall es remunta a les primeres *botigues a comanda* —nascudes durant l'edat mitjana arran del desenvolupament del mercaderig exterior— i en els primers tallers menestrals, ambdues menes de locals eren poc pretensiosos i tenien una disposició interior poc racional, on sovint coincidien l'obrador i el magatzem, i on tot s'amuntegava.

Durant el segle XVII i, sobretot, el XVIII, les botigues comencen a destinar un espai específic per a la presentació dels productes d'ultramar i altres d'especialment rars o valuosos. Els nous establiments, més espaiosos, es bastiren de manera sumptuosa per tal de poder mostrar els productes exquisits i per rebre el client en un espai més acurat. La revolució industrial acabaria de donar empena a aquests plantejaments derivats de la nova solemnitat que premia l'adquisició de mercaderies.

Fou al segle XIX, amb el declivi de les fires i els mercats, que les botigues experimentaren una evolució arquitectònica important i generalitzada pel que fa a la disposició interior: es donà preeminència a l'espai d'atenció al públic i es relegà l'obrador a la rebotiga. D'aquesta manera es tingué en compte l'aspecte de la zona d'oferta, s'adoptaren noves fórmules de decoració —en alguns casos luxosa— i es diversificaren els mobles en taulells, prestatges, armaris, calaixos, vitrines. Així ho va descriure Santiago Rusiñol a *L'auca del senyor Esteve*: «La vida d'urbanització [] havia fet més estrago en els costums i en el comerç. Aquelles botigues fosques, negres, plenes d'esca-



Casa Teixidor. Autors d'anomenada participaven també en la decoració dels establiments. (Fot. Rafel Torrella)

rabats i teranyines, a on hi entraven el gènere com si l'entressin en un presiri, s'havien obert a la llum i tenien amples vidrieres i esbarjo i ventilació; aquells escriptoris esquistos com nixos comercials, a on tenien el tenedor com un aucell plomat, només amb la ploma d'escriure, ja eren sales espaioses amb armaris, amb claraboies, amb estora i fins amb cadires, aquells magatzems apilotats, que els sacs treien l'amo a fora, s'havien engrandit arreu, i l'olor de floridura s'havia tornat flaire d'era, i la llum entrava a les coves, i la blancor en les tenebres, i la netedat en aquells caus, i la vida moderna floria.»

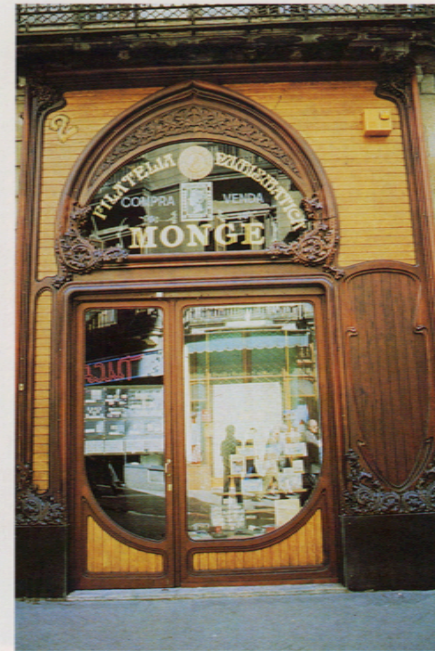
Però no va ser fins l'adveniment del modernisme que aquesta nova necessitat decorativa va prendre un sentit unitari a tot l'establiment, i va afectar el disseny de tots els elements interiors i exteriors. És en els exemples més reeixits, resultat dels encàrrecs a arquitectes, mestres d'obres i menestrals de renom, on més palès es fa aquest desig d'integració i coordinació.

La botiga ha mantingut sempre una relació estreta amb el carrer, tot vetllant la seva fesomia exterior per tal d'atreure els vianants. Originàriament, i fins ben entrat el segle XIX, l'accés als establiments comercials era directe, sense cap tanca que en

protegís l'interior; els productes que s'hi venien quedaven a la vista, i només quan es volia utilitzar el gènere com a reclam s'exhibia penjat als frontis de l'entrada o sota marquesines. L'ús d'ensenyas proporcionava la individualitat a cada botiga, signes i símbols que constituïren els primers precedents dels rètols publicitaris. Tot i els canvis formals que han anat incorporant les botigues, han arribat fins als nostres dies alguns establiments —cada cop menys— totalment oberts al carrer o que han incorporat només un tancament de vidre com a protecció. Carnisseries, fleques, cases de llegums i de queviures de la Barcelona històrica exemplifiquen aquesta característica tipològica que també ha perviscut a l'Eixample en establiments de venda de productes de primera necessitat, bastits al principi de segle segons criteris modernistes, com l'antiga Carnisseria de Clavé, al carrer de València, i la del núm. 86 de la Rambla de Catalunya. Aquest tret es recupera avui en el disseny de nous establiments, on l'ús freqüent del vidre i les façanes netes dona una sensació de continuïtat entre exterior i interior.

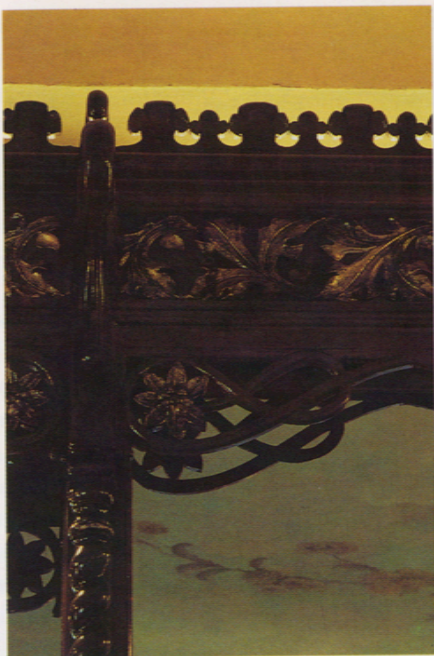
L'ús d'aparadors ha anat evolucionant progressivament. Els primers a adoptar-los van ser els establiments que oferien productes delicats o de valor, però aviat es va estendre com a solució per a exposar amb protecció el gènere. Plans, sobresortint de la façana o fent passadís cap a l'entrada, els aparadors són un reclam efectiu i atraïent per al vianant. Durant el modernisme, aquests elements i, per extensió, la façana sencera, amb els rètols que anuncien la botiga, passen a tenir una importància cabdal, i es transformen en l'element principal d'ostentació, propi de l'esplendor decorativa del moviment. Exemples d'aquesta característica formal són el Forn de Pa del carrer de Girona, l'Antigua Casa Figueras a la Rambla i El Indio al carrer del Carme, entre altres. Els primers intents de decoració de botigues es remunten a mitjan segle XIX. Fins aleshores, el criteri que prevalia era el d'utilitat i funcionalitat. El pragmatisme va marcar la tipologia de molts establiments comercials, mantinguda, en algun cas, fins avui. En establiments de productes alimentaris, per exemple, es conserven les parets enrajolades i els taulells de marbre i, en algunes merceries, els panys de paret plens de calaixos.

Els estils decoratius segons els quals s'havien bastit els primers establiments moderns a Barcelona acostumaven a emular el que s'esdevenia en els països capdavanters del nou model de societat industrial i urbana. Es tenia com a punt de referència l'arquitectura monumental, que triava entre les diverses op-



Els materials nobles contribueixen a l'aspecte luxós de la façana.
(Fot. Rafel Torrella)

cions decoratives segons la funció a què era destinat l'edifici. Es tendia, així, a identificar les activitats vinculades al progrés, la ciència i la civilitat amb un pretès racionalisme clàssic (com s'observa, a Barcelona, en el Borsí, de Tiberi Sabater —1881—, o a l'Estudi Masriera, de Josep Vilaseca —1882—), la inspiració medievalitzant s'usava per a edificis de caire més humanista (exemples de la qual són la Universitat de Barcelona, d'Elies Rogent —1863-68—, i l'església de les Saleses, de Joan Martorell —1882-85—), alhora que apareixien edificis amb clara intenció renovadora que recollien estils més exòtics propis de cultures tan llunyanes com les orientals (Casa Vicens —1883-85—, de Gaudí, Museu de Geologia de la Ciutadella —1882—). El corrent romàntic, que era a l'origen d'aquests estils, es va anar diluint en una adopció cada vegada més eclèctica de tendències i motius del passat. Per altra banda, la irrupció del progrés tecnològic aplicat a obres d'enginyeria i arquitectura havia aportat motius decoratius a aquest intent de trobar fórmules d'inspiració escaients als nous temps. La decoració de les botigues es va inspirar, d'una manera encara més eclèctica, en tots els motius ornamentals dels edificis. No és



Pastisseria Mauri. La cresteria de les prestatgeries es presta a la profusió decorativa. (Fot. Rafel Torrella)

gens estrany, doncs, trobar la combinació de merlets, rodes dentades, cabotes de claus, palmetes egípcies, motius heràldics, elements d'inspiració naturalista. en la decoració d'establiments com la Cereria Subirà, a la Baixada de la Llibreteria, l'Herboristeria del Rei o la casa Productos Sabor del carrer dels Sombrerers

El modernisme es va valer també de molts d'aquests recursos. Però, fins que la seva identificació com a llenguatge nacional i modern no va madurar, no va nodrir d'una nova intenció la decoració de les botigues. Aquesta voluntat se signfica primordialment per un desig d'integrar totes les parts en un tot, fent participar cada element d'una decoració que desbordava els punts a què habitualment havia estat limitada. El local es concebia de manera unitària, inspirada en fórmules diferents, totes elles participants del mateix estil, que es definia per un ús sensual de la línia, la combinació de diferents materials, el cromatisme, la decoració simbòlica (amb referències al passat nacional, a ideals i virtuts, a la història del negoci, de la seva especialtat o dels seus propietaris.) i la manera d'articular-ho, més que no pas per l'ús d'un llenguatge o d'un re-



Farmàcia Vilardell. Detall del mobiliari de l'interior (Fot. Rafel Torrella)

pertori formal específic i tancat. No es pot oblidar que el modernisme va superar a bastament els límits d'un estil per esdevenir la primera moda de fort arrelament popular i conseqüent massificació, que va fer que fins i tot els menestrals més modestos decoressin botigues. Al costat d'aquests exemples, però, arquitectes, decoradors i menestrals de renom van projectar establiments d'una exigent puresa d'estil, dels quals només han perviscut comptats exemples, com la Farmàcia Sastre i Marquès, de Puig i Cadafalch, la Fonda España, de Domènech i Montaner; la Farmàcia Bolòs, dels germans Falguera, la casa Teixidor, de Joaquim Raspall, Lluís Bru i altres menestrals. Una recerca en la bibliografia de l'època permet descobrir la relativament abundant informació sobre els establiments que participaven d'aquesta moda i observar, així, la diversitat de graus de fidelitat a l'esperit del corrent i les múltiples interpretacions de què va ser objecte, com també la banalització, producte d'un ús indiscriminat i descontextualitzat, d'alguns dels motius més difosos.

La importància que la botiga prenia com a element protagonista de l'espai ciutadà quedava reflectida en l'interès que di-



Taulell d'una carnisseria de la Rambla de Catalunya. (Fot. Rafel Torrella)

ferents sectors de l'opinió pública hi dedicaven. En aquest sentit, l'Ajuntament de Barcelona amplià a partir de 1903 els premis que des de 1899 atorgava als millors edificis que donaven cabuda als establiments comercials. També publicacions de caire tècnic i especialitzat, com «Arquitectura y Construcción», i d'altres de més divulgatives, com «Barcelona Atracció», «Barcelona Artística e Industrial», «Barcelona Select Guide» se'n feren ressò.

Els establiments modernistes també van ser objecte de posteriors reformes i modificacions. Amb el noucentisme, s'inicià el desprestigi de l'estil precedent. Aviat, la caducitat de les modes iniciaria el ritme d'avui, amb la forta empenya renovadora dels anys vint. El 1907, Eugeni d'Ors escrivia: «En general, a Barcelona, es tendeix en aquesta matèria a una ostentació de molt mal gust. Gran nombre de comerços han recarregat sos exteriors, que no poden menys de ferir els ulls de les persones dotades de delicadesa. Els daurats, els miralls, les línies inharmoniques, les corbes incongruents, els cargols epilèptics, els tons insolents i agres [], la falsificació de materials cars amb materials baixos, la mesquina condició dels quals salta a la vis-



Panaderia Moderna. Un establiment vuitcentista que ha vist recentment mutilat el seu interior (Fot. Rafel Torrella)

ta, l'exhibició inútil d'escultures amb dones escabellades, en posicions inversemblants, es reuneixen a l'esguard i en la memòria de l'espectador, dins una visió general desagradable.» (De l'octubre i de ses obres civils, *Glosari*, 1907)

L'eliminació de botigues antigues, o de llurs decoracions, no és un fenomen exclusiu dels nostres dies. Des de l'obertura d'un establiment, diversos factors com els canvis de gust o el pas de les modes, la interrupció en la successió familiar i els canvis en la dedicació d'un negoci poden alterar l'aspecte original d'una botiga, ja sigui íntegrament, ja sigui amb la incorporació de successives modificacions. Com a conseqüència d'aquestes intervencions, molts establiments sobreviuen en un estat certament llastimós. Aquest és el cas de l'antiga Farmàcia Martí Lledó, al Passeig de Gràcia, que al final de 1988 deixà de ser una farmàcia modernista per esdevenir una botiga de robes on, tot i que els nous propietaris han conservat una bona part dels mobles i dels elements estructurals, el canvi de dedicació, amb la conseqüent reutilització de l'espai, ha suposat la desvirtuació del valor històric de l'establiment.

Un altre cas paradigmàtic dels canvis de decoració a què

són subjectes els establiments és el de la Farmàcia Comabella, al carrer del Carme, la façana modernista de la qual va ser canviada per una de nova feta segons el gust racionalista, encara que conserva tot el seu encant finisecular a l'interior

El valor artístic d'algunes botigues és exposat no tan sols a la decoració i al desgast progressiu, sinó també a actuacions desafortunades en matèria de restauració. Quan no es compta amb l'assessorament històric i artístic necessari per a emprendre aquesta mena d'obres, és molt fàcil caure en la falsa restauració o, el que és el mateix, en la imitació. Això es produeix quan, en un intent per retornar l'aspecte originari a un local i no disposant de dades o coneixements suficients, hom imagina o reinterpreta els vestigis conservats. En cas d'haver de refer o substituir un element, sempre és preferible una intervenció neutra que, fent evident la seva contemporaneïtat, no prengui protagonisme als elements històrics. La Farmàcia Vilardell, de la Granvia de les Corts Catalanes, és un clar exponent d'una restauració encertada que ha sabut recuperar els elements antics sense desvirtuar-los, i ha restablert la unitat de l'obra sense falsificar ni esborrar cap senyal del pas del temps.

L'ampliació dels locals comercials ha estat una altra de les causes d'enderrocs i de supressió de decoracions històriques. Això no obstant, l'annexió de més espai hàbil per als negocis s'ha fet, en alguns casos, amb prou sensibilitat com per a no malmetre ni desmerèixer la part més antiga de la botiga. aquest és el cas de la Pastisseria Mauri, del carrer de Provença. Un altre exemple és la Pastisseria Escribà, emplaçada a la Rambla, on hi havia hagut l'Antigua Casa Figueras. El nou negoci s'ha muntat potenciant l'espai modernista, restaurant els elements d'època i cercant el contrast amb l'àmbit modern.

Ara bé, els exemples òptims en què es respecta la integritat estilística de les decoracions comercials són només alguns casos aïllats. És obvi que la conservació de les botigues no pot ser únicament responsabilitat dels comerciants i que aquesta no ha de ser l'única via si es vol fer efectiva la protecció sistemàtica d'aquests béns. En altres èpoques, l'Ajuntament de Barcelona incentivava la creació de botigues premiant anualment els millors establiments bastits segons l'estil del moment. Reberen aquests premis en edicions successives alguns dels més destacats locals modernistes: el Cafè Torino, la Fonda España, la Maison Dorée, la casa Anís del Mono, la Farmàcia Domènech. Aquest estímul municipal, que no suposava la protecció dels locals ja establerts, sí que era, en tot cas, un incentiu per



Antigua Casa Figueras. En la decoració d'aquesta botiga participà un grup de menestrals dirigits pel pintor i decorador Antoni Ros i Guell. (Fot. Rafel Torrella)

a la creació i la divulgació dels establiments. Actualment, aquesta tasca de reconeixement ha passat a entitats no públiques vinculades al món de l'arquitectura i l'interiorisme, com ara el Foment de les Arts Decoratives, que premia anualment, i amb criteris similars a les antigues mencions municipals, aquells establiments més destacats. Des de l'Ajuntament s'impulsen campanyes de millora i embelliment de la ciutat —com *Barcelona, posa't guapa*—, però sense que fins ara se n'hagin beneficiat les botigues.

La despreocupació i la indiferència han estat les actituds institucionals més corrents enfront de la degradació progressiva i, fins i tot, de la pèrdua definitiva d'alguns dels locals comercials amb més entitat estilística. Des del 1986 han desaparegut i/o s'han transformat locals com la Casa Robusté, la botiga de queviures Mumbrú, la Libreria Pedagógica Darné, la Panaderia Moderna, la farmàcia del carrer del Bruc núm. 62. Altrament, es mantenen en situació crítica la Farmàcia del Dr Viladot, la Pastisseria Llibre i Serra, el Bar Muy Buenas i la Panaderia de la Concepció, mentre que botigues com la Far-



Farmàcia Vilardell. La restauració ha potenciat la qualitat dels elements originals conservats. (Fot. Rafel Torrella)

màcia Sastre i Marquès, del carrer de l'Hospital, i El Indio, del carrer del Carme, perviuen en un estat de desatenció.

També és cert que, aquests últims anys, s'ha avançat cap a la consideració i la preservació d'aquest patrimoni encara poc valorat. En aquest sentit, la publicació del *Catàleg del patrimoni arquitectònic històric-artístic de la ciutat de Barcelona*, del 1987, ha de ser contemplada com un dels primers intents seriosos orientats a la protecció de les botigues històriques de la ciutat. Així, al costat de multitud d'edificis, monuments, restes arqueològiques i conjunts arquitectònics que han quedat catalogats en aquesta obra, hi tenen cabuda també les botigues classificades com a *locals comercials*. Malgrat tot, aquesta inclusió és encara embrionària, ja que n'han quedat exclosos molts locals comercials que, per la seva adscripció a un determinat corrent estilístic, mereixien de formar-ne part.

La consideració de les botigues en quant patrimoni ciutadà susceptible de ser protegit no és un fet aïllat, sinó que cal veure'l dintre d'un context més ampli: la legislació vigent que regeix la protecció dels béns immobles. Per que fa a Catalunya, i més concretament Barcelona, la normativa aplicable a la con-



Forn al carrer de Girona cantonada amb el del Consell de Cent. L'animalística té una presència important en la decoració modernista. (Fot. Rafel Torrella)

servació de botigues emana, en primer lloc, de les disposicions municipals. L'Ajuntament té, en principi, competència plena sobre la protecció d'aquests béns, si una botiga és inclosa al *Catàleg* no podrà efectuar-s'hi cap reforma que alteri el seu estat sense que sigui autoritzada per aquest organisme. L'*Ordenança sobre la protecció del patrimoni arquitectònic-artístic de la ciutat de Barcelona* regula totes les modificacions i les obres de conservació que es vulguin fer en els edificis i els locals catalogats.

La Direcció General del Patrimoni Cultural, de la Generalitat de Catalunya, té en projecte elaborar una llei de protecció de béns culturals que, a la llarga, ha de ser operativa a tot el territori català. Mentrestant, regeix la *Ley del patrimonio histórico español*, del 1985. La Direcció General del Patrimoni, acollint-se a aquesta llei, incoa expedients per a la declaració de «*bienes de interés cultural*». No és estrany que aquest mecanisme no s'hagi aplicat mai als locals comercials, que generalment no són considerats béns preservables, si tenim en compte que fins i tot per a aquells conjunts de reconeguda rellevança la tramitació està molt endarrerida.



Antiga Farmàcia Martí Lledó. Interior abans de la reforma i canvi de dedicació del desembre del 1988. (Fot. Rafel Torrella)

I mentrestant, l'escàs nombre de botigues històriques que han perviscut fins avui, moltes de les quals sumen al valor plàstic la significació històrica, queden a mercè de la sensibilitat i la bona voluntat dels seus propietaris. Fins i tot alguns casos catalogats o *controlats* per les administracions han desaparegut de la nit al dia en actes d'evident premeditació.

Sense oblidar la necessitat de mantenir vigent el caràcter funcional i de reclam de les botigues, s'hauria de considerar la urgència de preservar aquests béns. La continuïtat de molts establiments comercials històrics i la renovació —sota conceptes de restabliment-restauració— de molts altres proven que la conservació de l'establiment històric és viable. En moltes ocasions la presència del passat, que s'integra en la quotidianitat, l'aspecte luxós, la tradició de servei o el fort arrelament d'una botiga en la història d'un barri o de la ciutat són el millor reclam que un botiguer pot desitjar.