



Foto: Man Ray

LA PETITA DIMENSIÓ • THE SMALL DIMENSION

«M'agraden els bars acabats d'obrir. Quan l'atmosfera interior encara és fresca, neta, tot està relleuant en excés i el barman es mira al mirall per última vegada per veure si du la corbata recta i el cabell ben pentinat. M'agraden les ampolles col·locades pròximament als prestatges del bar i els vasos que brillen i l'expectació».

Raymond Chandler

«Seria bonic que poguéssim parlar-ne»

George Jappe

Han canviat molt els anhels de les noves generacions d'ençà que el «menys és més» de Mies gairebé desterrés la decoració de les obres considerades de qualitat.

El disseny d'interiors ha passat a ser el vehicle d'expressió d'una cultura eminentment visual, i ha trobat així un terreny fèrtil en l'arquitectura comercial que interessa a un àmbit social cada vegada més extens. Bars, cocteleries, botigues, galeries de tota mena, exquisides o volgudament crispades i inquietants, reflecteixen un estat de recerca, un lloc en un món d'imatges, un *look*, i intenten recrear, o recrear-se, suggerir ambients provinents d'un passat més o menys llunyà i recognoscible, o d'altres que pretenen intuir un llenguatge del futur. Una imatge, un públic determinat, generen els seus propis marcs definidors, amb atmosferes de vegades nostàlgiques, de vegades amb un caire volgudament renovador. Així, bars com l'antic *Sukursaal*, el *Gimlet-Santaló*, les tapisseries *Rabanal*, la cocteleria *Bijou*, la joieria *Joaquín Berao* o els aparadors de *Groc*, evoquen locals d'un passat més o menys llunyà, mentre que locals com *Zig Zag*, la cocteleria *Tres Tres*, la sandvitxeria *Memphis* o també botigues com *Bis de Bis*, *Stéphane Kélian*, *Jean Pierre Bua* o l'eivissenc *Mana*, evidencien un llenguatge plàstic més innovador.

Paral·lelament, però, hi ha un altre interiorisme, més al marge, menys acurat en el disseny, que respon a una altra manera d'entendre l'espai per un nou tipus de públic. Locals que pretenen intuir un cert llenguatge plàstic del futur com *Metropol* o *KGB*, discoteques com la planta baixa de l'antiga *Metro* o casos més híbrids com l'*Universal* o la botiga *Zas*, que passen a ser contenidors on el públic i la música seran els elements fonamentals del disseny.

No és estrany, però, trobar característiques comunes dins aquests tres grups referencials. Molts cops estan condicionades per paràmetres tan simples com els urbanístics, que creen tipologies espacials molt semblants. Així, els locals ubicats a l'Eixample —de façana estreta i de gran profunditat— s'estructuren segons la idea clàssica d'un vestíbul d'entrada en contacte amb el carrer, una segona zona on es desenvolupa el local i un final on s'agrupen els serveis. Aquesta estructura se segueix literalment a l'espai-vitrina del *Gimlet*, on el gran llum circular del sostre centralitza l'ambient més característic de la cocteleria. Un segon àmbit s'articula mitjançant la barra que el divideix longitudinalment, mentre que tots els serveis, acurada-

«I like bars when they have just opened. When the atmosphere inside is still fresh, clean, everything sparkles and the barman looks in the mirror one last time to see that his tie is straight and his hair well groomed. I like the bottles meticulously placed on the bar shelves and the glasses that shine and the expectation.»

Raymond Chandler

«It would be nice if we could talk about it.»

George Jappe

The aspirations of new generations have changed a great deal since Mies' «less is more» philosophy nearly abolished the decoration of quality works. Interior design no longer functions as the vehicle of expression of an eminently visual culture, and has thus found fertile ground in the field of commercial architecture, attracting a social sphere which is constantly growing. Cafés, bars, stores and boutiques, shopping centers of all kinds —exquisite or deliberately tense and restless— reflect a state of searching, a place in a world of «images», a look, a striving to amuse or to be amused, to suggest atmospheres recalling a more or less distant past, or an attempt to give the feeling of a future style. A specific image and people generate their own defining frameworks, creating environments that are at times nostalgic, at times with a deliberately renovating air. Thus, cafés such as the old *Sukursaal*, *Gimlet-Santaló*, the *Rabanal* upholstery store, the cocktail bar *Bijou*, the jewelry store *Joaquín Berao* or the shop windows at *Groc* evoke places from a more or less distant past; whereas places such as *Zig Zag*, the cocktail bar *Bis de Bis*, *Stéphane Kélian*, *Jean Pierre Bua*, and *Maná* in Ibiza demonstrate a more innovative plastic style.

Parallel to this, however, there exists another type of interior design —more marginal and less meticulous — which responds to the spatial perspectives of a new type of public. Bars which attempt to create a certain futuristic plastic style such as *Metropol* or *KGB* the ground floor of the old discoteque *Metro*, or the more hybrid examples such as the bar *Universal* or the clothing store *Zas* become containers in which the people and the music are the basic elements in their design.

Nevertheless, it is not surprising to find common characteristics within these three groups. They are often conditioned by factors as simple as urban planning which creates very similar spatial typologies. Therefore, those places situated in the *Ensanche* —with a straight façade and of great depth— are structured according to the classical idea of an entrance vestibule in contact with the street, a second area where the place is developed, and a back area where the services are found. This structure is adhered to literally in the space/shop window of *Gimlet*, in which the large circular lamp on the ceiling creates the center of the most characteristic atmosphere of the cocktail bar.

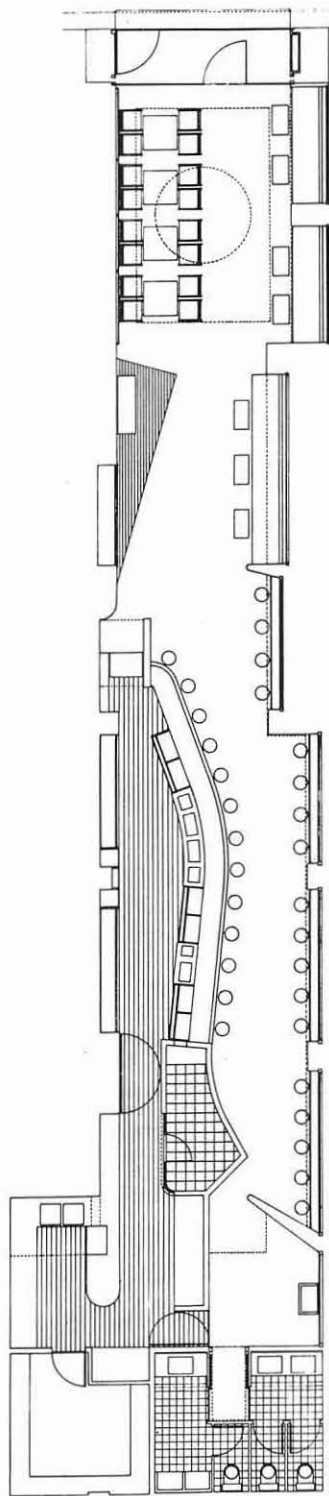
DECORACIÓ I RECREACIÓ

DECORATION AND RECREATION

Montserrat Torras-Aureli Santos



1



A second area is articulated by the bar which divides this space lengthwise, while all the carefully designed services are grouped at the end of this long tube. This structure is manifest even more emphatically in the *Rabanal* upholstery store, where a first closed entrance space is defined, followed by a body which houses the central activity, and a final storage space. Even in *Joaquín Berao* and *Bijou*, this classical tripartite structure is sensed, even though their subject matter may not be as suitable. Even within the second group, which creates a more innovative style, this classical spacial lay-out is emphasized.

Without a doubt, this emphasis is repeated in the first area of *Tres Tres*, where the almost Manneristic use of the ceiling mirror increases the dimensions of the entrance. This widely-known method of compensating for the imbalance of the initial space is also employed in *Memphis*. Therefore, the struggle between breaking the horseshoe arch and, at the same time, emphasizing it, finally gives it the charm of an ambiguous reading.

Even in *Jean Pierre Bua*—though in this case with more proportionate dimensions—the store is also structured in this traditional manner, creating a double elevation in the entrance. Thus, in all these cases, we see that new plastic contributions are introduced, whereas the typological renovations—most probably conditioned by the rigidity of the subject matter—are not.

However, new ways of conceiving space appear, although the basic features cited above are still unconsciously maintained. In *Stéphane Kelián*, a small area in which the play of mirrors affords an almost metaphysical dimension of space, the concept of store/shop window is seen: the entire enclosure is easily viewed from the street, thus product and consumer are equally on display. This stage idea is carried to its extreme in *Bis de Bis* where, with just a glance, one takes in the entire span of the store. The traditional view of the shop window is fully optimized. Indeed, the most powerful element in the above-mentioned places—it is not coincidental that, directly or indirectly, they are all commercial—is their immediate contact with the street, from the newer store/shop window idea to the more classical showcase idea that is suggested to us by *Gimlet*, *Bijou*, or *Joaquín Berao*. They could actually be considered showcases within showcases—the latter being the actual place—boxes with glass doors that display valuable objects, jewels—inside; showcases with a more conceptual appearance as in *Gimlet-Santaló* (the wall becomes a glass that allows one to see the actual wall behind it), transparent cubes in the jewelry store *Joaquín Berao*, or the reference to Rossi's *teatrino* in the *Groc* shop windows.

Indeed, in almost all these cases the first contact is through glass, serving to ostentatiously display the interior as in *Tres Tres*, to offer an inviting atmosphere as in *Gimlet*, as a simple canvas which

1 Cocteleria «Gimlet»: vista de l'interior i planta.
Arquitectes: Marc Cuixart, Enric Granell

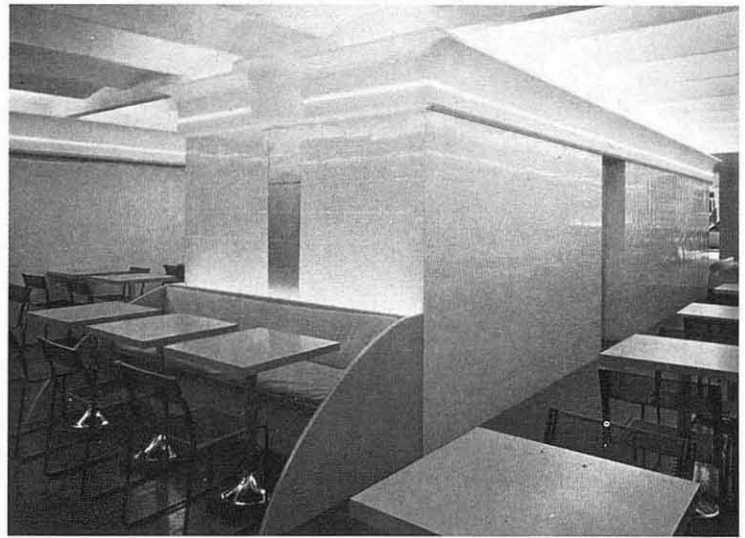
«Gimlet» cocktail bar: interior and ground plan.
Architects: Marc Cuixart, Enric Granell

ment dissenyats, s'agrupen al final d'aquest llarg tub. Aquesta estructura es manifesta encara més emfàticament a les tapisseries *Rabanal*, on es defineix un primer espai tancat d'entrada, un cos que suporta l'activitat principal i un espai final de magatzem. Fins i tot, encara que el contenidor no sigui tan propici, a *Joaquín Berao* i a *Bijou* s'intueix aquesta estructura clàssica tripartita. També dins el segon grup, on es planteja un llenguatge més innovador, es potencia aquesta disposició clàssica de l'espai. Èmfasi que es repeteix sens dubte en el primer recinte del *Tres Tres*, on es fa servir el recurs gairebé manierista del mirall del sostre per augmentar la dimensió de l'entrada. També en el *Memphis* es recorre a aquest element d'una manera prou coneguda per corregir la descompensació de l'espai inicial, i així la lluita entre trencar la forma de ferradura i acusar-la, li dona, finalment, l'encant d'una lectura ambigua. Fins i tot a *Jean Pierre Bua*, amb una dimensió més proporcionada, el local s'estructura també d'aquesta manera tradicional creant una doble alçada a l'entrada. Veiem doncs que, a tots ells, es plantegen noves aportacions plàstiques, però no renovacions tipològiques, potser condicionades per la rigidesa del contenidor.

Apareixen, però, formes noves de concebre l'espai, encara que mantenint inconscientment els trets bàsics esmentats. A la botiga *Stéphane Kelian*, reducte mínim on el joc de miralls dona una dimensió quasi metafísica de l'espai, apareix el concepte de botiga-aparador: tot l'àmbit és fàcilment identificable des del carrer, i el producte i el client s'exhibeixen per igual. Aquesta idea d'escenari és portada al límit a *Bis de Bis*, on d'un cop d'ull s'assimila tot el recinte. S'optimitza la visió tradicional de l'aparador fins a la més clàssica de vitrina que ens suggereixen el *Gimlet*, el *Bijou* o *Joaquín Berao*. Es tractaria quasi de vitrines dins de vitrines —els mateixos locals—, de caixes amb portes de vidre que exhibeixen objectes valuosos —*bijoux*— al seu interior. Vitrines de caire més conceptual al *Gimlet-Santaló* (el mur es converteix en vidre i deixa veure l'autèntic mur al darrera), cubs transparents a la joieria *Joaquín Berao* o la referència al teatrino de Rossi als aparadors de *Groc*.

Efectivament, gairebé en tots els casos el primer contacte és a través del vidre, bé per exhibir ostentósament l'interior, com en el *Tres Tres*, bé per oferir un ambient acollidor com en el *Gimlet*, bé com a simple tel on recolza un rètol concís, com a *Jean Pierre Bua* o simplement com un límit transparent a *Bis de Bis*. Aquest concepte ve contraposat a la membrana opaca dels locals del tercer grup que ha de ser traspassada cerimonialment fins arribar a l'espai principal.

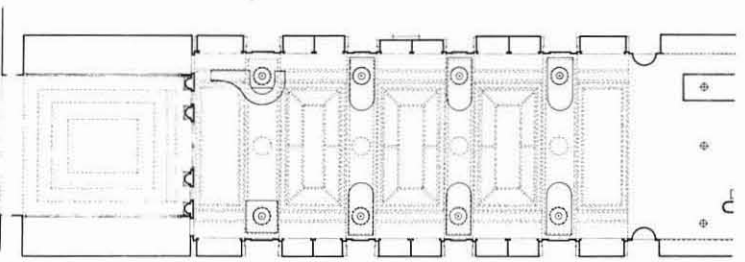
Però l'eina que formalitza amb més força l'ambient, potser perquè es tracta gairebé sempre de locals de petites dimensions, és el contrast. El contrast, tant en la textura dels materials, com en el color o en la intensitat de les llums, un recurs per concentrar l'atenció d'un públic cada vegada menys indiferent a aquests detalls. I així,



2



3



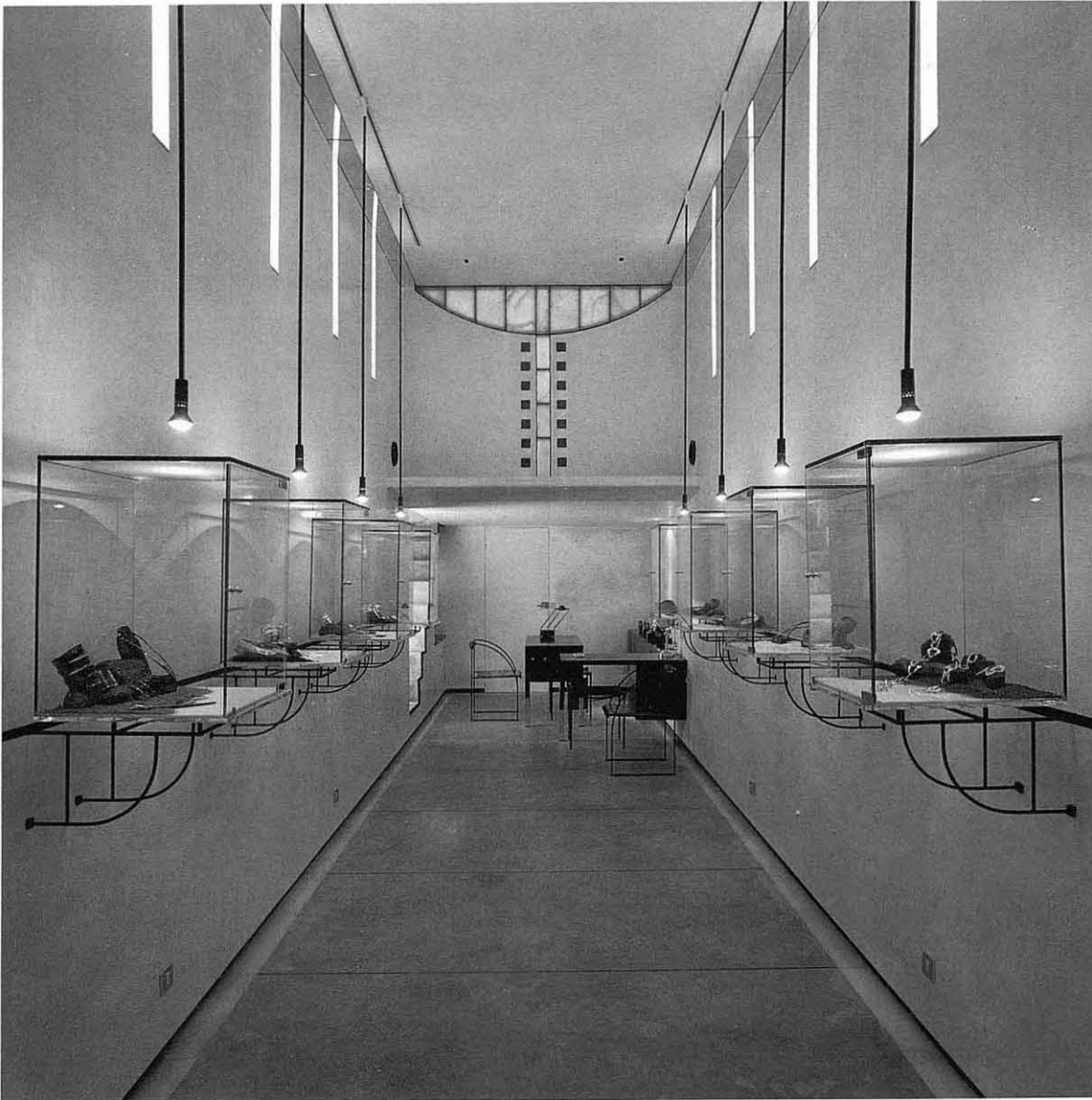
3

2 Sandvitxeria «Memphis»: vista de l'interior.
Arquitectes: Manuel Briones, Tito Dalmau,
Lorenzo Marqués

3 Tapisseries Rabanal: vista de l'interior i
planta.
Arquitecte: Carles Ferrater.

«Memphis» Sandwich Bar: view of the
interior.
Architects: Manuel Briones, Tito Dalmau,
Lorenzo Marqués

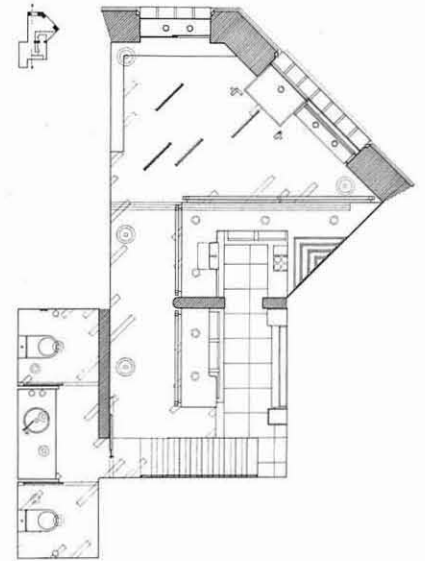
Rabanal Tapestry Shop: interior and ground
plan.
Architect: Carles Ferrater.



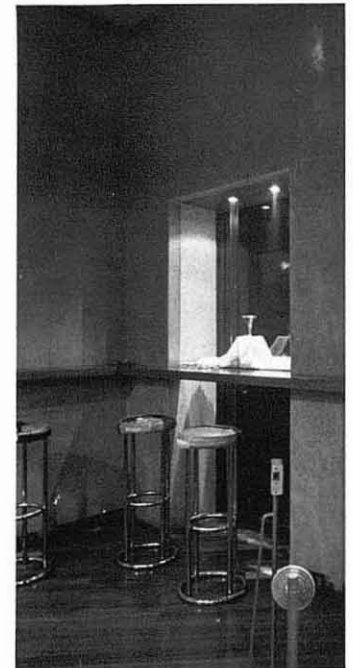
4

4 Joieria Joaquín Berao: vista de l'interior
Arquitectes: Tomàs Morató, Tonet Sunyer

Joaquín Berao Jeweller's: interior
Architects: Tomás Morató, Tonet Sunyer.



5



5

5 Cocteleria «Bijou»: planta i vista de l'interior.
Arquitectes: Tonet Sunyer, Gabriel Ordeix.

«Bijou» Cocktail Bar: ground plan and interior.
Architects: Tonet Sunyer, Gabriel Ordeix.



6

dins els locals de reminiscències més nostàlgiques, el contrast serà un instrument més subtil, més enginyós. Es tractarà de juxtaposar materials d'origen més tradicional com l'estucat planxat al foc, comú a gairebé tots ells, amb materials descontextualitzats com el formigó del paviment de la *Joaquín Berao* o el microgranit continu —esquerdat per un hipotètic pas del temps— del *Gimlet* o, a un nivell més tàctil, la textura dels tamborets del *Bijou* o la contraposició entre la superfície polida de marbre negre i l'aplatat de pedra dels matxons del *Gimlet*. Però aquests recursos, més subtils en aquest mateix grup, cobren una força renovadora en el segon. I així, el *Tres Tres* enfronta la superfície d'un mirall a la paret abuixardada, i l'element rotund i exageradament il·luminat de la barra als espais més foscos que configuren els irregulars límits laterals, des d'on l'espectador observa les diferents sorpreses que la cocteleria depara. Al *Zig-Zag*, les línies de llum ens acompanyen fins a un final més recollit confortat amb les cortines de to càlid. A *Jean Pierre Bua* la contraposició entre la paret llisa i l'aplatat de pedra artificial, el paviment de ciment i l'enllistonat de fusta, materials oposats que acaben tenint una relació harmònica. Contrasta també el paviment de suro envernissat del *Memphis* i la fredor d'un ambient aconseguida amb il·luminació de neons i enrajolats grisos malgrat l'artilugi de pintar de groc una banda del sostre. Fred, també, és el primer àmbit del *Tres Tres* i el gris uniforme de les botigues aparadors.

6 Boutique «Zas».
Autor: Fernando Salas

«Zas» Boutique.
Autor: Fernando Salas

supports a small sign as in *Jean Pierre Bua* or simply as a transparent boundary as in *Bis de Bis*. This concept opposes the opaque membrane of the places in the third group one must ceremonially pass through in order to reach the center space.

But the element that most strongly influences the atmosphere created —perhaps because we are almost always dealing with places of small dimensions— is the element of contrast: a contrast as outstanding in the texture of the materials as in the color, or in the intensity of the lights (a device used to capture the attention of a public that is increasingly indifferent to these details). And in this way, within those places of a more nostalgic persuasion, the contrast will be a subtler, wittier element. It consists of the juxtaposition of materials of a very traditional origin such as fired stucco —common to almost all of these— with out-of-context materials such as the concrete pavement in *Joaquín Berao* or the granite chip slabs— with cracks representing a hypothetical passage of time— in *Gimlet*. Or, on a more tactile level, we have the texture of the stools in *Bijou*, or the contrast between the polished black marble surface and the stone cladding of the arch piers in *Gimlet*. Nonetheless, these techniques which are subtler in the first group gain new strength in the second. Thus, in *Tres Tres*, a contrast is established between the surface of a mirror on the hammered-in wall, and the rotundness and overillumination of the bar in the darkest spaces which shapes the irregular lateral boundaries from which one can observe the various surprises that this bar offers. In the bar *Zig Zag*, the lines of lights lead us to a more secluded, comfortable back area with warm-toned curtains. In *Jean Pierre Bua*, the contrast is between the smooth wall and the artificial stone cladding the cement flooring and the wood lathing, conflicting materials which end up having a harmonious relationship. In *Memphis*, the varnished cork flooring contrasts with the coldness of the atmosphere —obtained through the use of neon light and grey tiles—in spite of the counter effect of the ceiling which is partially painted yellow. Cold, as well, is the first area of *Tres Tres*, as well as the uniform grey of shops/shop windows.

This entire range of techniques —from historical references to more innovative uses— reflects a mood in which various factors come together. These factors —similar to those in a *Beaux Arts* school— include light, color, textures, hierarchy and dimension of space, all combined with the determined overall intention of creating atmospheres that vary from *déjà vu* to suggestions of an imaginary future.

On the other hand, we find spaces which are more difficult to classify, less bound to any one tradition, which —without resorting to any particular design knowledge— attempt to show themselves as the summary of the latest trends in order to be the «most innovative». One of the first is likely to be *Metropol*, where the own-

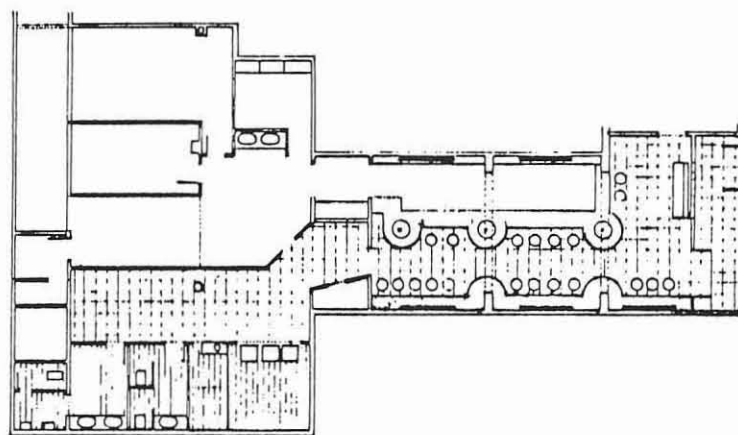
7 Bar «Metropol»: planta.
«Metropol» Bar: ground plan.

Tota aquesta gamma de recursos, des de les cites històriques fins als més innovadors, reflecteixen un estat d'ànim on es retroben uns paràmetres gairebé lligats a una escola de Beaux-Arts: llum, color, textures, jerarquia i dimensió dels espais, tot combinat amb una intenció global determinada per tal de crear atmosferes que van des del *déjà vu* fins a suggerències lligades a un futur imaginari.

D'altra banda trobem espais menys catalogables, menys assimilables a una tradició, que sense recórrer a tal bagatge de disseny, intenten mostrar-se com el recull de les últimes tendències, per ser els «més innovadors». Un dels primers serà el *Metropol*, on els mateixos propietaris han definit paràmetres molt rics en termes com il·luminació o definició dels espais utilitzant fins i tot objectes de qualitat reconeguda provinents del camp del disseny industrial —persianes *gradulux*, banco catalano—. O llocs com el *KGB*, molt diferent a tots els altres quant a tipologia i dimensió i amb un ús més polivalent: a través d'un accés opac passem a un petit vestíbul que ens condueix al recinte principal on la barra il·luminada i l'escala són els protagonistes. També amb una volguda absència de disseny i amb una dimensió encara més gran recordem l'antiga *Metro*. I com a producte híbrid entre aquestes tendències diferents tenim l'*Universal*, que produeix una tipologia semblant al *KGB*, però acostant-se a la imatge d'un *Tres Tres* o un *Zig Zag*.

Tots ells, però, tenen una fita comuna: crear un contenidor més o menys adaptable que només té sentit quan els protagonistes —la música i el públic— hi són presents i configuren l'ambient. Els aparadors mutants del *Zas*, el propi producte, la música, el *look* del públic, les activitats del *KGB*, són les eines, més que no pas les tradicionals del disseny, que defineixen els trets bàsics de l'interiorisme actual.

L'acció de decorar ja no es pot llegir com una aportació d'ornaments. El «disseny d'interiors», com una renovació semàntica del terme «decoració», admet les noves formes, els nous materials, el nou públic a qui va adreçat, com si es tractés d'un nou llenguatge, un nou llenguatge que genera mons i atmosferes diversos i diferents, tant des de l'àmbit de la recreació de referències històriques, com de la il·lusió d'inventar noves formes de relació.



7

ers themselves have defined the bar's extremely rich features in terms such as illumination or spacial definition, even using objects of renowned quality originating from the field of industrial design —*Gradulux* blinds, *Banca Catalana*; or bars such as *KGB*, which are very different from all the others in terms of type and dimension, are another example of this style. Moreover, this bar has a more versatile use: through an opaque access we pass into a small vestibule which leads us to the central area where the illuminated bar and the staircase are the principle features. Here, too, the deliberate absence of design and the even larger dimensions recall the old discotheque *Metro*. And as a hybrid product situated between these different trends, we have the bar *Universal* which in type is similar to *KGB*, but is closer in image to *Tres Tres* or *Zig Zag*.

Nevertheless, all of these have a common objective: to create a more or less adaptable container that is only meaningful when the main characters —the music and the people— are present and shape the atmosphere. The mutant shop windows in *ZAS*, the product itself, the music, the look of the people, the activities in *KGB* —these are the elements that define the basic features of present interior decorating, much more so than the traditions of design themselves.

The act of decorating can no longer be interpreted as an ornamental contribution. «Interior design», as a semantic renovation of the term «decoration», allows for new forms, new materials, and the new public at which it is directed. It is as if a new style were being created, a style that generates various and different worlds and atmospheres, as outstanding in the scope of recreation of historical references as in the illusion of inventing new relational forms.

Aurelio Santos i Ruiz
Barcelona, 1960
Realitza els seus estudis universitaris a l'Escola Tècnica Superior d'Arquitectura de Barcelona, alternant-los amb col·laboracions a diversos gabinets d'arquitectura. L'any 1983 forma equip amb Pedro Azara i Manuel Arenas amb els qui realitza diversos projectes d'interiorisme, concursos i muntatges d'exposicions. Actualment és membre col·laborador de l'equip de disseny de l'exposició «Diseño España» a Brussel·les.

Montserrat Torras i Genis
Barcelona, 1960
Va obtenir el títol d'arquitecte a l'ETSAB el 1984, col·laborant en diversos despatxos d'arquitectes i amb la càtedra d'Arquitectura legal II de l'ETSAB. Des de l'any 1985 treballa a la Gerència d'Urbanisme de l'Ajuntament de Sant Pere de Ribes.

Aurelio Santos Ruiz
Barcelona, 1960
He attends ETSAB and complements his studies by working with various architects. In 1983, jointly with Pedro Azara and Manuel Arenas, he formed a team devoted to various projects of interior design as well as several contests and exhibitions. He is currently a member of the Spanish design team at the Brussels Exhibition.

Montserrat Torras Genis
Barcelona, 1960
Architect. Graduate of ETSAB in 1984. She has worked with various architects and is an assistant professor at ETSAB in Legal Architecture II. Since 1985 she has been a staff member of the Urban Design Office at Sant Pere de Ribes.



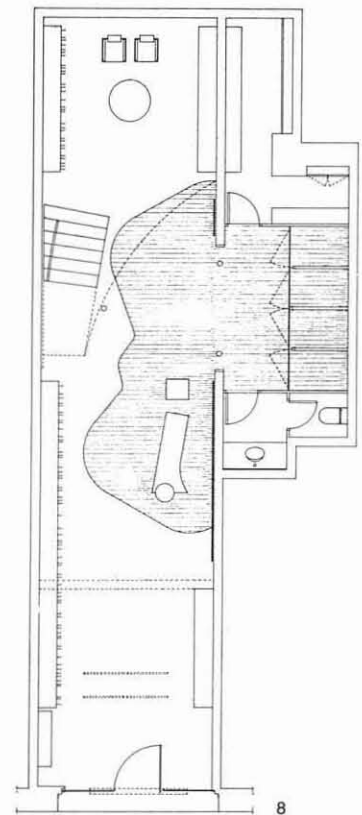
8

8 Boutique Jean Pierre Bua: vista de l'interior i planta.
Arquitecte: Eduard Samsó

Jean Pierre Bua Boutique: interior and ground plan.
Architect: Eduard Samsó

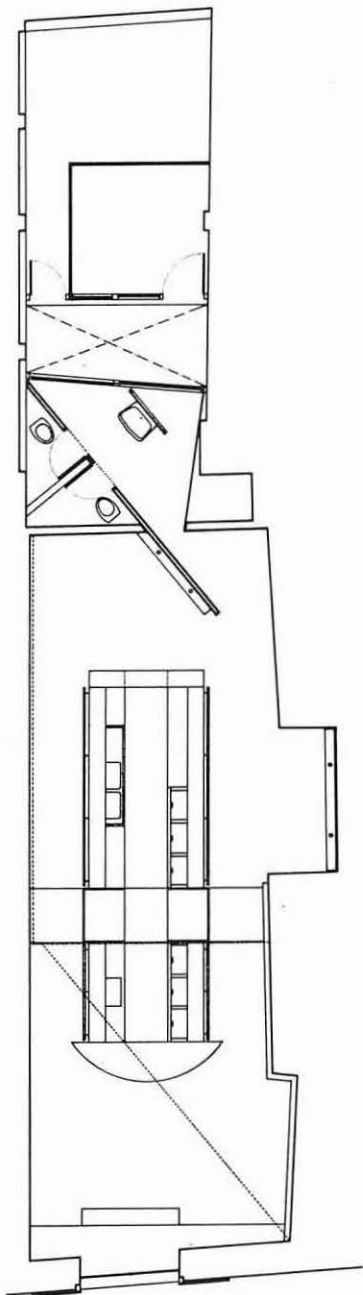


9



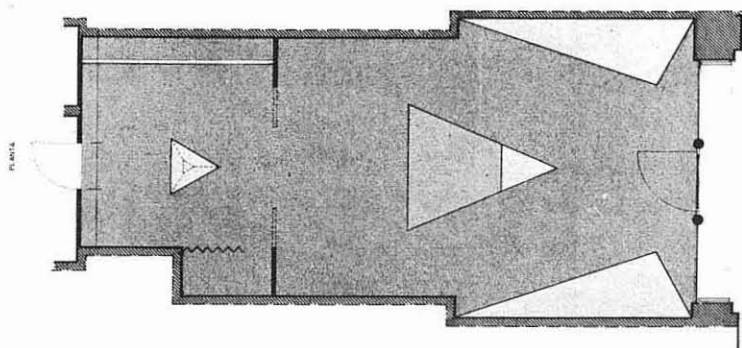
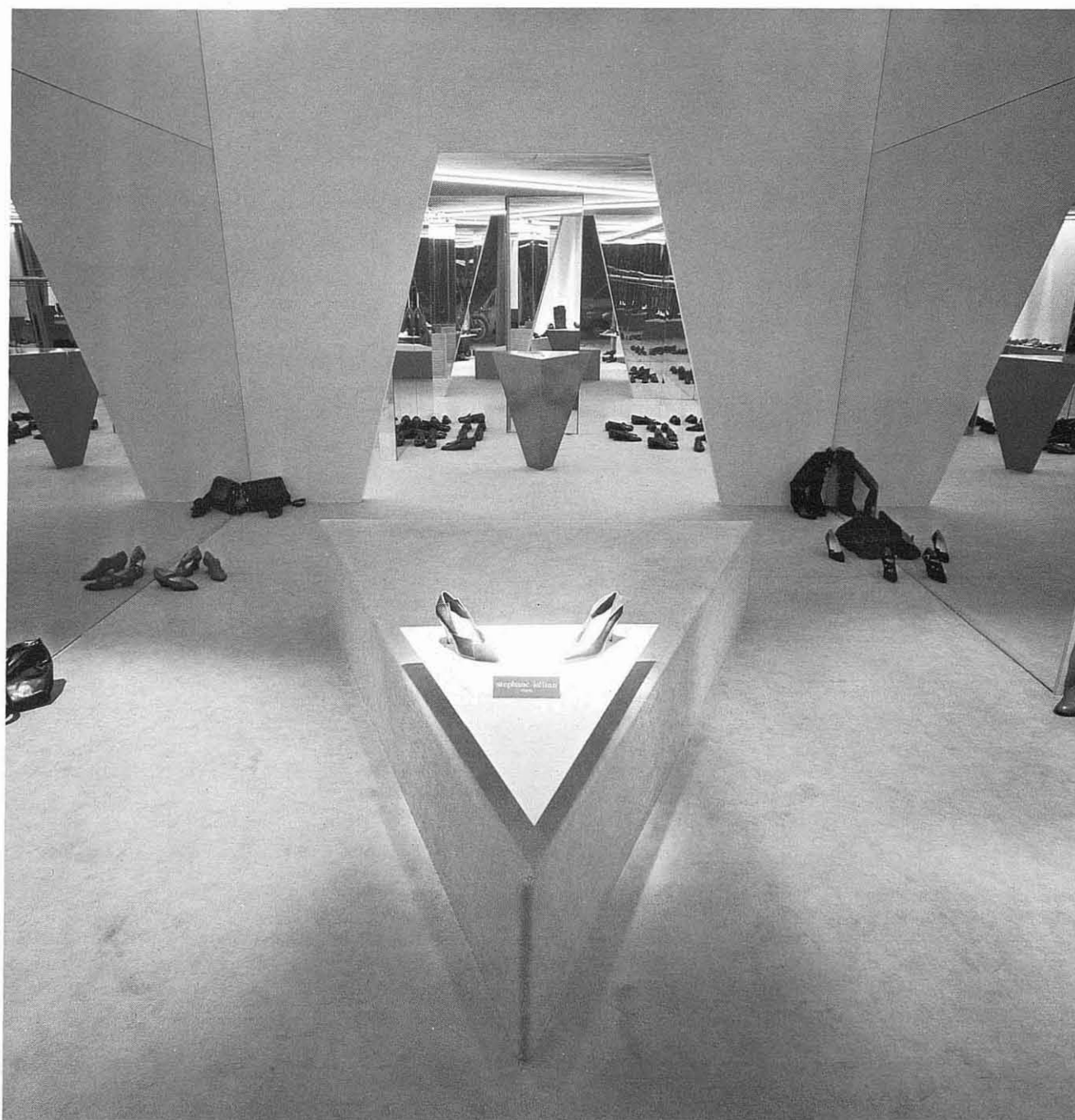
9 Sabateria «Bis de Bis»: vista de l'interior.
Arquitecte: Eduard Samsó

«Bis a Bis» shoe shop: view of the interior.
Architect: Eduard Samsó



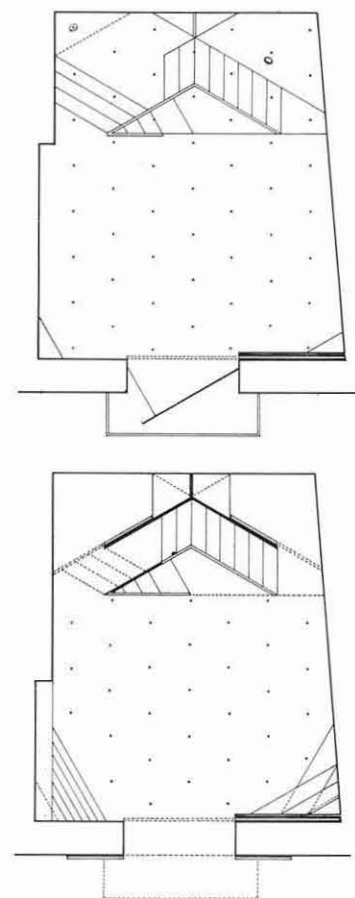
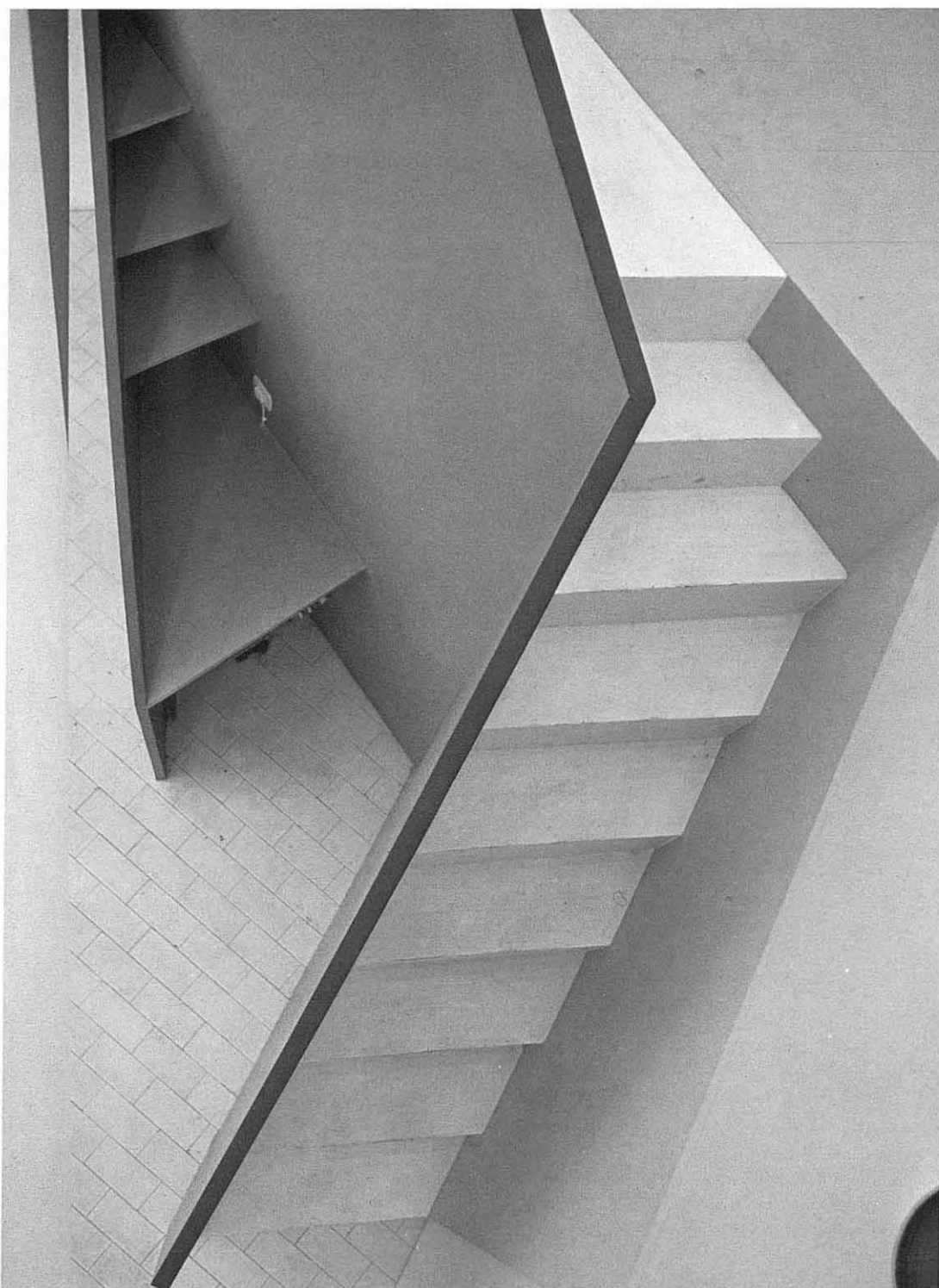
Cocteleria «Tres Tres»: vista de l'interior i planta.
Arquitectes: Daniel Freixes, Vicenç Miranda

«Tres Tres» cocktail bar: interior and ground plan.
Architects: Daniel Freixes, Vicenç Miranda



Sabateria Stéphane Kelian: vista de l'interior
i planta.
Arquitectes: Joan Pol, Joan Verger

Stéphane Kelian shoe shop: interior and
ground plan.
Architects: Joan Pol, Joan Verger



Boutique Maná: vista de l'interior i plantes.
Arquitectes: Elies Torres, José Antonio
Martínez Lapeña, Fernando Marí.

Mana Boutique: interior and ground plans.
Architects: Elies Torres, José Antonio
Martínez Lapeña, Fernando Marí.