

INTERLUDIO

Sobre la tienda Manyac...

¿De qué modo explicar tectónicamente, es decir, por fórmulas espaciales, lo que es vapor, fuga, fluidez?

Eugenio d'Ors
*Du Baroque*¹
(1935)



DG-051. Ubicación de la tienda Manyac.



DG-052. Ubicación de la tienda Manyac.

Calle Ferran de Barcelona, invierno de 1911. La calle se distingue por su concurrencia y por la ininterrumpida presencia de tiendas y escaparates. Nos encontramos sin duda en una de las calles más animadas de la ciudad y al parecer vía predilecta de tiendas de gran prestigio: nos cruzamos con la pastelería Massana, la joyería Masriera, y la tienda del Anís del Mono. En el número 57, muy cercano a la Plaza de la Constitución, encontramos un local con un aparador distinto. Llama nuestra atención ya que no reconocemos nada de lo que vemos. Nuestra habitual percepción asociativa se ve detenida ante el encuentro con este objeto.

El tradicional plano de vidrio que separa el interior del exterior desaparece. No es que no exista, sino que simplemente pasa a un segundo plano. En su lugar vemos un entramado de maderos y vidrios poligonales donde sobresale una especie de bulto en forma de hexágono intentando alcanzar el espacio de la acera. Por tanto, no vemos un plano alineado a la fachada sino un objeto tridimensional que sale de la misma. Primer y principal objeto que desconcierta nuestra mirada.

El hexágono tiene en todos sus vértices una orla irregular. Estas tiras o lengüetas adheridas a la estructura de madera parecen ser llamas, o quizá el efecto de un líquido que se escurre hacia el interior. Algo que acentúa este último efecto es la forma cónica (o piramidal) que tiene la misma estructura. Parece un polígono truncado en posición horizontal cuya base se encuentra en algún lugar del interior del local.

Todos estos elementos dan la sensación de querer absorbernos hacia el interior. El hueco nos succiona. Nos quisiéramos meter dentro de este hexágono. Lo único que no lo permite es el cristal, el cual, como decíamos, pasa inadvertido ante tanto estímulo perimetral. El aparador se presenta como un orificio que nos llevará a otro estado de cosas. También da la impresión de ser una boca abierta.



DG-053. Vista de la calle Ferran, 1905.

¹ Eugenio D'Ors; *Du baroque*. Librairie Gallimard. Paris, 1935. Aunque la cita está extraída del texto titulado "Poussin" publicado en *Le Figaro* en 1928. Traducción al castellano como *Lo barroco*. Tecnos/Alianza Editorial. Madrid, 2002. p. 105.

Sin embargo, no estamos seguros de ninguno de estos significados, y a pesar de todo, nuestro afán de encontrar algún mensaje persiste.

Arriba vemos unas ondulantes tiras metálicas que parecen haber sido movidas por el viento. De ellas cuelgan ocho racimos de bombillas eléctricas. Su disposición no responde a la habitual – aunque reciente – práctica de iluminar los rótulos de las tiendas. Hay unas letras pintadas con colores vivos en las tiras. Una combinación de azul, rojo, dorado, y ocre, tiñe tanto el fondo como los perfiles de las letras indistintamente, lo cual dificulta su legibilidad. Reconocemos algunas “A’s” y unas “C’s” pero no logramos descifrar las palabras que forman.

Al lado izquierdo de la abertura hexagonal vislumbramos lo que parece ser la puerta. Nuestros ojos, acostumbrados a las puertas cuya forma es rectangular han sido engañados. Su forma irregular no nos hablaba de que se tratase de una puerta. Con el tirador nos sucede lo mismo. Su forma y su tamaño nos hacen dudar que la función de ese artilugio sea la de abrir una puerta. Su exagerado tamaño hace que las dimensiones reales de la puerta parezcan menores.

Dejamos estas visiones desconcertantes para adentrarnos en el local. Dejamos atrás una puerta que no lo parece, una abertura hexagonal que intenta llegar a la acera para succionar a los peatones, un rótulo ilegible y una serie de racimos de bombillas eléctricas.

Una vez cruzado el umbral nuestro extrañamiento aumenta y la percepción se agudiza. En lugar de encontrar una continuación de lo visto en el exterior, un lugar dominado por el juego geométrico de diagonales y planos inclinados, nos encontramos ante un interior flácido, casi líquido, donde la lectura a través de planos se hace imposible. Estamos frente a un espacio que en principio parece ortogonal. Sí, reconocemos el ancho, la altura, y la profundidad. Aunque de esta última no estamos muy seguros ya que la perspectiva se acentúa por el ligero giro del muro izquierdo y el muro del fondo tiende a desaparecer.

Pero el impacto principal viene dado por el color y por la forma de los elementos decorativos. Un derroche de azul, rojo y dorado domina el espacio. Todos ellos parecen estar sobrepuestos y dibujan siluetas de lo más variopintas. La sinuosidad de las líneas parece una alusión directa al mundo marino. Pero también hay peces, aves, murciélagos. Toda una fauna representada a través de la pintura, donde figura y fondo se confunden. Los elementos pictóricos exigen un esfuerzo a la mirada. Son un reclamo a la percepción desatendida.

En la parte inferior de los muros vemos que este derroche pictórico y colorista es detenido por una continua línea ondulante que recorre todo el espacio. Esta línea es el remate de un zócalo fabricado con



Fundación Artística Masriera. En el número 51 de la calle Ferran.



DG-055. Tienda Manyac, 1911. En el número 57 de la calle Ferran.



DG-056. Tirador de la puerta.



DG-057. Parte baja de la puerta.

DG-059. Tienda Manyac, 1911. Interior.



DG-059a. Tienda Manyac, 1911. Detalle del mostrador.



DG-059. Tienda Manyac, 1911. Detalle de la decoración.



tiras de madera colocadas en vertical pero ligeramente inclinadas. De hecho, al mirarlas con detenimiento vemos que van variando su inclinación desestabilizando aún más el espacio. Creemos estar situados en el fondo del mar, o al menos flotando en él, pero otra vez, no estamos seguros.

Nuestra mirada se detiene ahora en los objetos. Vemos antes que nada seis cajas de caudales de gran tamaño alineadas en el muro izquierdo y una última colocada en el muro del fondo. Elementos, sin duda, totalmente ajenos al espacio en donde se encuentran, pero que sin embargo, refuerzan nuestra idea de que nos encontramos en el fondo del mar.

También vemos un par de sillas. Deben de serlo aunque tienen solamente tres patas y su forma no es en absoluto similar a cualquier silla que hayamos visto antes. Lo único que reconocemos son los materiales: el asiento y el respaldo son de madera y la estructura que los sostiene es de hierro. La manera en como está tallada la madera nos invita a tocarla, no podemos resistir ese llamado del material y nuestras manos recorren su perfil antes de atrevernos a sentarnos. Esta sensación táctil se proyecta entonces hacia todo el interior. Nos dan ganas de tocarlo todo. El estímulo visual se detiene y da paso a un contacto más íntimo con cada material. Vemos como la cercanía de un objeto origina otro tipo de percepción. Nos ha hecho más sensibles. Súbitamente adquirimos un sentido más y nuestra experiencia en el interior se transforma para siempre.

Al final lo único que parece estático son las cajas y el suelo. Y ni eso, ya que las cajas aparecen “flotando” y la colocación en forma de zig-zag de la madera sobre el suelo marca una diagonal que finalmente rompe cualquier atisbo de ortogonalidad que pudiese quedar.

Pero detengámonos por un momento para ensayar otra mirada. Aquella que corresponde a alguien instruido en la fe cristiana. Es probable que mucho de lo dicho hasta ahora se repita en la percepción del devoto pero aparecen ciertos puntos donde su mirada es de otra naturaleza.

Desde afuera, al aproximarse a la puerta y acercar su mano al tirador se da cuenta que hay un corazón atravesado por una flecha. Por un momento duda. Pero al agudizar aún más su mirada alcanza a descifrar el nombre de María en el cristal que está detrás del tirador. Ahora no hay duda, se trata del Sagrado Corazón de Cristo. El devoto se alegra, acaba de *reconocer* un símbolo de su fe. En el interior le sucede lo mismo. Al topar su mirada cargada de fe con los corazones de las sillas no puede evitar este tipo de lectura. Con el antecedente de haber reconocido el Sagrado Corazón en el tirador la asociación es inmediata. No hay duda, son corazones sangrantes. Y aún más, la forma del orificio en el respaldo de una de ellas le



hace recordar un conocido pasaje del evangelio de San Juan, aquel cuando Cristo resucitado dice a un incrédulo Tomás apóstol mostrándole sus heridas: *Pon aquí tu dedo y mira mis manos; extiende tu mano y métela en mi costado. Deja de negar y cree.*² La asa se transfigura y ya no es solamente una asa. En cada movimiento de la silla restituimos el acto del apóstol Tomás introduciendo la mano en el costado de Jesús resucitado. El respaldo de esta silla es corazón y costado sangrante al mismo tiempo. El devoto se encuentra maravillado, cuánta fe ha de tener el autor de todo esto para llegar a este grado de simbolismo!!!

Y se recrea encontrando más detalles: en el mueble mostrador reconoce grabada la palabra “Amor”, en los muros encuentra rosarios entrelazados y diversos emblemas marianos, el predominio del color azul le hace recordar a la Virgen, el rojo a la sangre de Cristo, etcétera.

Para alguien instruido en la simbología cristiana, la tienda Manyac se presenta como una inagotable fuente de símbolos y mensajes. El devoto no ve objetos sino ventanas que conducen hacia otros contenidos: el corazón sangrante de Cristo, el nombre de la Virgen... Para un neófito en la materia, su encuentro con la tienda se reduce y se intensifica a su propia materialidad: el hierro, la madera, el color...

Sabemos ahora que el efecto de *extrañamiento* viene dado por la descontextualización de objetos, por el estallido de la idea tradicional de aparador y por la descomposición de la caja ortogonal mediante el tratamiento epidérmico que nos lleva de una experiencia visual a una táctil. El *reconocimiento* en cambio, viene dado por la presencia de simbología cristiana y por el uso de recursos figurativos en la pintura (perfiles de aves, peces, flores, etc.). Pero lo que está claro es que el efecto de *extrañamiento* sobrepasa con creces aquellos objetos o rasgos que *reconocemos*. Aún en los objetos que reconocemos no dejamos de tener esa mirada punzante que está en la base de cualquier experiencia estética.

Pero todavía es posible una tercera mirada. Intentemos por un momento imaginar qué tipo de reacción tendría un niño al entrar a esta tienda. Me resisto a creer que permanecería inmóvil. Por el contrario, le veríamos inmediatamente activo, con ganas de intervenir en ese derroche de color y movimiento. Su primera reacción casi involuntaria sería hacerse con lo que tuviese a mano para dibujar en las paredes, rasgar en la madera, poner las manos allá donde pudiese. Convertirse en un agente activo. La contemplaría como una caja de juguetes. Esta mirada infantil quizá sea compartida por la del artista. Y también, porqué no, por la del propio autor.

² Evangelio de San Juan 20, 27.

Esto se relaciona directamente con una idea fundamental de la tradición estética: el concepto de *Poiesis*. La *capacidad poiética* designa como experiencia estética fundamental aquella en la que el hombre, mediante la producción de arte, satisface su necesidad universal de *encontrarse en el mundo como en casa*.³ La experiencia estética en Jujol no puede entenderse fuera de este concepto, su lectura va irremediabilmente ligada a la experiencia productiva del objeto. No podemos separar al autor de la obra. Siempre lo vemos actuando, como si acabase de marcharse.

Todo el conjunto de vidrios y marcos de madera del escaparate, así como todo el derroche de color y revoco utilizado en el interior parece inacabado. La obra es transparente en cuanto a su materialidad, muestra cómo está hecha y se revela al espectador. Pero al mismo tiempo parece como si en cualquier momento fuese a ser continuada. Como si el autor pudiese intervenir otra vez en ella y *completarla*. Esa abertura, ese *no-final*, otorga a la obra un desequilibrio y un vacío propio. El deseo del niño y del artista no es gratuito, la obra siempre puede ser *llenada*.

Por último, una cuarta mirada. La del que conoce al autor. Aquel que ha visto trabajar antes a Jujol. ¿Qué sabemos de él?

El que conoce al autor sabe:

- Que es un joven arquitecto oriundo de Tarragona titulado hace tan sólo cinco años –recordemos que estamos en 1911– con una acentuada fe cristiana.
- Que ya ha utilizado antes tanto simbología cristiana como motivos marinos y de diversos animales.
- Que es el autor de un original Teatro para una organización católica de Tarragona.
- Que se ha formado con Gallisá, con Font i Gumá y con Gaudí.
- Que ya había intervenido antes en la misma calle Ferran con unos vitrales decorativos para las fiestas de la Mercé.
- Que es el mismo autor de los cielos rasos de la Casa Milá, de la herrería de los balcones de la misma casa y del recubrimiento cerámico de la casa Batlló.
- Que actualmente –seguimos en 1911– colabora con Gaudí en las obras de restauración de la Catedral de Palma.



Teatro Metropol. Interior marino de la planta baja.



Teatro Metropol. Inscripciones marinas y cristianas.



Teatro Metropol. Detalle de la figura de un pez tallado en un pilar.



DG-011. Decoración de la calle Ferran durante las fiestas de la Mercé, 1902.

³ Hans Robert Jauss. *Pequeña apología de la experiencia estética*. Paidós. Barcelona, 2002. p. 42. Ver también del mismo autor: *Experiencia estética y hermenéutica literaria*. Taurus. Madrid, 1986. pp. 75-76. De donde extraemos la siguiente cita: “*Poiesis* –en tanto que experiencia básica estético-productiva– corresponde a la definición hegeliana del arte, según la cual el hombre puede, mediante la creación artística, satisfacer su necesidad general de *ser y estar en el mundo y sentirse en él como en casa, al quitarle al mundo exterior su fría extrañeza* y convertirlo en obra propia, alcanzando en esa actividad un saber, que se diferencia tanto del reconocimiento conceptual de la ciencia como de la praxis utilitaria de la manufactura en serie.”



Pinturas en el coro de la Catedral de Palma, 1911.



DG-054. Tienda Manyac, 1911. Boceto de la fachada.



DG-058. Sello de la Tienda Manyac.



Joyería Maciá, 1893. Ubicada en la calle Ferran.

Pero además, el que conoce los detalles de este proyecto sabe:

- Que Pere Manyac fue uno de los primeros marchantes de Picasso y quien lo introdujo al mundo parisino.
- Que Pere Manyac regresa a Barcelona para hacerse cargo del negocio de su padre y que en principio le encarga el proyecto a Gaudí pero éste le recomienda a Jujol.
- Que a pesar de ser un coleccionista del arte más vanguardista Manyac era fervientemente religioso por lo que conecta inmediatamente con Jujol.
- Que Jujol hizo hasta cuatro proyectos de la fachada en los que la carpintería aparece sin cambios.
- Que Pere Manyac tenía la intención de nombrar a la tienda “La Catalunya” y de ahí el escudo catalán en forma de corazón en el primero de esos proyectos de fachada.
- Que en ese primer proyecto se consideró grabar el nombre de Jesús en el mismo vidrio del aparador.
- Que en una de las versiones del rótulo Jujol aprovechaba la “M” de Manyac para evocar a María.
- Que el cielo raso ya existía.
- Que en una conversación con Alfonso Buñuel, Jujol le confesó que quería que los colores que se aplicaran parecieran *salsas que se mezclan y cohetes que explotan*.⁴
- Que la tienda se terminó en 1910 y no en 1911 como siempre ha sido fechada.⁵
- Que Jujol mismo, en una conferencia en la que mencionó esta tienda se refirió al rótulo de esta manera: *...los rótulos no deben leerse de golpe; mejor que sea necesario entretenerse para hacerlo. Deben atraer, asimismo, por su aspecto, por su color y forma, para que el transeúnte se vea obligado a detenerse para leerlo, con objeto de que se le quede grabado en la memoria*.⁶ Dificultar la lectura, hacer el mensaje inaccesible, acercar nuestra mirada al objeto como si lo viésemos por primera vez. El eco de las palabras de Sklovski⁷ encuentran aquí su mejor caja de resonancia.

Por último, el que conoce la calle Ferran sabe:

- Que era una de las calles más animadas e importantes en aquellos años. Las tiendas de más prestigio se ubicaban en ella. Por tanto, sabemos que una tienda en esta calle no pasaba desapercibida. Así lo confirman las diversas publicaciones en las que se dedicó una reseña a la apertura de la nueva tienda Manyac.⁸

⁴ Comentario realizado a Alfonso Buñuel. Publicado en Josep F. Ráfols; “Jujol” en *Cuadernos de Arquitectura*, 13, junio 1950, pp. 1-22.

⁵ La primer reseña de la tienda se publica el 4 de enero de 1911.

⁶ Conferencia dada en el local de la Congregación Mariana en 1912. Palabras de Jujol transcritas por el arquitecto Monguío Fonts.

⁷ Ver nota 10 del capítulo II.

- Que el conocido cronista Víctor Balaguer incluye esta peculiar calle en sus crónicas urbanas sobre de Barcelona, de la que dice: *Mucho podríamos decir de esta calle que es, sin disputa, una de las mejores, más bellas y más concurridas de Barcelona. Su situación céntrica, su rectitud, la uniformidad y buen aspecto de las fachadas de sus casas y sus muchas y lujosas tiendas, la hacen hoy el punto de cita de la elegancia barcelonesa. En ciertas noches de invierno, en que el aire es demasiado frío para pasear por la Rambla, y sobretudo en las noches de Carnaval, esta calle se convierte en un salón al cual acuden las familias más distinguidas, las señoritas más elegantes, los caballeros más galanes y los más curiosos de ambos sexos. Es tanto el gentío que en ciertas noches invade esta calle, que llega a ser imposible por ella el tránsito de carruajes y de personas atareadas. Las muchas, ricas y soberbias tiendas de sedas, quincalla, estampas, dulces, relojerías, sastrerías, chocolaterías, etc. que abren en ella sus lujosos escaparates, aumenta su realce y atraen a la multitud.*⁹



DG-053. Vista de la calle Ferran, 1905.

Al final de todo surgen las preguntas:

- ¿Qué mirada comunica mejor la percepción real de la obra?
- ¿Con qué mirada restituimos más fielmente el espíritu de la obra?
- ¿Qué información desechar y cuál incluir?
- ¿Qué nos aporta saber que Pere Manyac era un gran devoto y que obligaba a sus empleados a rezar el rosario todos los días?



Vista de la calle Ferran, 1944.

⁸ “Noticias locales (botiga Manyach)” en *El Noticiero Universal*, 4/I/1911. p. 2.

“Crónica. Noticias varias” en *Diario de Barcelona*, 5/I/1911. p. 211.

“La casa Mañach de Barcelona” en *La Il·lustració Catalana*, 5/II/1911. p. 65.

⁹ Víctor Balaguer; *Las calles de Barcelona en 1865*. Tomo II. Madrid, 1888. p.8.



DG-059. Tienda Manyac, 1911. Acentuación de la profundidad.

Breve comentario sobre la profundidad.

Al parecer lo que Jujol busca en esta tienda es sobretodo profundidad. Utiliza dos recursos distintos pero complementarios. En el exterior, sirviéndose de una geometría cónica, sugiere que la base de este cono visual se encuentra en el interior (efecto de succión). En el interior, el giro del muro de la izquierda cierra un poco el espacio y acentúa la perspectiva. Este efecto seguro que no fue buscado por Jujol ya que el giro del muro ya estaba dado, pero sin duda lo aprovecha, proporcionando al muro de fondo un tratamiento de poca presencia, lo difumina.

Breve referencia sobre el decorum y su significado.

La palabra decoración es una palabra maldita en la tradición moderna y sin embargo hay que volver a reflexionar sobre el significado de esta palabra y sobre el sentido fundamental que la noción de decorum tiene por debajo del término decoración. (...) lo decorativo es lo inesencial. Es aquello que se presenta no como una sustancia, sino como un accidente. Un complemento que permite incluso una lectura (...) no atenta sino distraída y que por tanto se nos ofrece como algo que realza, enriquece, hace soportable la realidad, sin la pretensión de imponerse, de ser central, de exigir el acatamiento que la totalidad demanda.¹⁰

¹⁰ Ignasi Solá-Morales; "Arquitectura débil" en *Quaderns d'Arquitectura i Urbanisme*. núm. 175. 4to trimestre, 1987. p. 75.