

**CARVAJAL EXHIBE LOEWE:**  
ANÁLISIS Y RESTITUCIÓN GRÁFICA DEL  
MOBILIARIO DE LAS TIENDAS



SUSANA RODRÍGUEZ PASTOR  
JULIO 2021



---

**Universidad de Valladolid**

**ESCUELA TÉCNICA SUPERIOR DE ARQUITECTURA**

GRADO EN FUNDAMENTOS DE LA ARQUITECTURA

TRABAJO FIN DE GRADO

**CARVAJAL EXHIBE LOEWE: ANÁLISIS Y RESTITUCIÓN GRÁFICA DEL MOBILIARIO DE LAS TIENDAS**

AUTORA

**SUSANA RODRÍGUEZ PASTOR**

TUTORAS

**NOELIA GALVÁN DESVAUX**

**RAQUEL ÁLVAREZ ARCE**

## RESUMEN

Javier Carvajal fue uno de los arquitectos más relevantes dentro del cambio que experimentó la arquitectura española de mediados del siglo XX. Este trabajo aborda su interés por la integración de las artes, en particular del diseño y la arquitectura en las tiendas que creó para Loewe.

El contexto histórico en el que trabajó no sólo mostraba un cambio en el modo de ver la arquitectura, sino también en la variación de los hábitos de consumo de un país en evolución. Su colaboración con Loewe supuso la modernización de la marca y en particular de sus tiendas, donde el arquitecto consiguió crear un espacio entorno al ritual de la compra de lujo, y entender que la envolvente y el mobiliario iban a definir el concepto de la nueva tienda contemporánea.

En el estudio que presentamos aquí se analizan cinco de las tiendas que Carvajal hizo para Loewe entre los años 1959 y 1964 -Madrid, Bilbao, Mallorca, Barcelona y Valencia- aplicando estas cuestiones y otras. Pero sobre todo, se estudia la relación del mobiliario singular de las tiendas, partiendo de los planos originales, en cuanto a su influencia en las fases del protocolo de compra. En definitiva, se trata de un trabajo que aborda el trabajo de Javier Carvajal para definir un modelo de tienda para Loewe a través un mobiliario acorde al carácter de la empresa.

Palabras clave: Carvajal, arquitectura, arte, diseño, mobiliario, tiendas, Loewe.

## ABSTRACT

Javier Carvajal was one of the most relevant architects in the change that the Spanish architecture experienced in the mid-20th century. Through this study we will see his interest in the integration of the arts, particularly in the design and the architecture into the commercial architecture that created for Loewe.

The historical context in which he worked, not only showed a change in the way of seeing architecture, but also in the variation of consumer habits in development country. His collaboration with Loewe meant the modernization with the brand and particularly with his stores, where the architect managed to create a space around the ritual of luxury shopping, and with it, understanding that the envelope and furniture were going to define the concept of the new contemporary store.

In this case study, we analyze five stores that Carvajal design for Loewe between 1959 and 1964 -Madrid, Bilbao, Mallorca, Barcelona y Valencia- applying this and other points on them. Above all, we study the relationship between the store's furniture, starting from the original plans, in terms of its importance to influence and guide the phases of the purchase protocol. Definitely, this is a study that approach the work of Javier Carvajal to define a store model for Loewe through furniture according to the character of the company.

Keywords: Carvajal, architecture, art, design, furniture, stores, Loewe.

# ÍNDICE

<b>1.INTRODUCCIÓN</b>	<b>9</b>	<b>5. CATÁLOGO DEL MOBILIARIO EXPOSITIVO PARA LOEWE</b>	<b>65</b>
A. Estado de la cuestión	11	5.1 Vitrina maletas	67
B. Metodología	12	5.2 Vitrina lateral entrada	71
C. Objetivos	13	5.3 Showroom	75
<b>2. EL DESARROLLO DEL CONCEPTO DE TIENDA</b>	<b>15</b>	5.4 Corbatero	79
<b>3. JAVIER CARVAJAL Y LOEWE</b>	<b>27</b>	5.5 Mesa expositor	83
3.1 Javier Carvajal. Vida y obra	27	5.6 Mostrador en pilar	87
3.2 Historia de Loewe	35	5.7 Mesas exposición	91
3.3. Relación Carvajal y Loewe	41	5.8 Vitrina hexagonal	95
<b>4. ANÁLISIS DE LAS TIENDAS DE LOEWE DE CARVAJAL Y SU MOBILIARIO</b>	<b>45</b>	5.9 Vitrina bisutería fina	99
4.1 Madrid	45	5.10 Mesa cajera	103
4.2. Bilbao	49	<b>6. CONCLUSIONES</b>	<b>108</b>
4.3 Barcelona	53	<b>7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>111</b>
4.4 Mallorca	57		
4.5 Valencia	61		

## 1. INTRODUCCIÓN

Al igual que ocurrió con la arquitectura de viviendas y de espacios públicos, después de la interrupción que que supuso la guerra, la arquitectura de los espacios comerciales, también sufrió una clara evolución, desde las posturas más conservadoras y académicas de los años 40, hasta el lenguaje abstracto del Estilo Internacional en torno a los años 60. Es en la década intermedia, en la de los años 50, donde se produce la búsqueda de planteamientos modernos en el diseño y en la formalización arquitectónica de estos locales.

La arquitectura y el diseño de los locales comerciales, busca una base funcional y estilística que permite dar forma a estos espacios. Es entonces cuando los profesionales españoles se incorporan progresivamente a la industrialización, a sacar partido y a optimizar los nuevos materiales, técnicas.

Este trabajo trata de relacionar la arquitectura y la moda, junto con los hábitos de consumo los cuales empezaron a cambiar en los años 50 en España. Una de las firmas que desde sus inicios ha estado ligada a los avances y necesidades de la sociedad, ha sido la marca de Loewe. Esta casa al igual que quería tener los productos más prestigiosos del momento, también quería que la arquitectura y el diseño global de sus locales estuvieran a la altura de las piezas que se encontraban en su interior.

En esta época de cambio uno de los arquitectos que más mostraba su interés en integrar las artes y del diseño en la arquitectura fue Javier Carvajal. De esta manera, por los objetivos comunes que tenían ambos, fue el propio arquitecto de realizar los diseños de sus nuevos locales, y junto a ellos las piezas expositivas del mobiliario. Así nos proponemos analizar en el punto de analizar las piezas del mobiliario que Carvajal hizo para Loewe, pero todas ellas estudiándolas individualmente en cada tienda, observando su situación, su uso, su materialidad... y siempre mirándolas desde un punto de vista del ritual del consumo e integrándolas en su totalidad.

Previo al análisis de las piezas diseñadas por Carvajal, veremos algunas piezas que también se diseñaron por arquitectos para otros locales, y que se pudieron tomar como referencia. Esto nos ayudará a entender mejor el contexto en el que se encontraban a la hora de la integración de las artes en la Arquitectura.

Finalmente, se recogerán las conclusiones obtenidas a raíz de la investigación, que ha conllevado el análisis del mobiliario dentro de cada establecimiento que el arquitecto hizo para Loewe. Apreciando gran similitud entre todas las piezas vistas, pero cada una con una peculiaridad y adaptándose al espacio, su función y lo que le rodea.



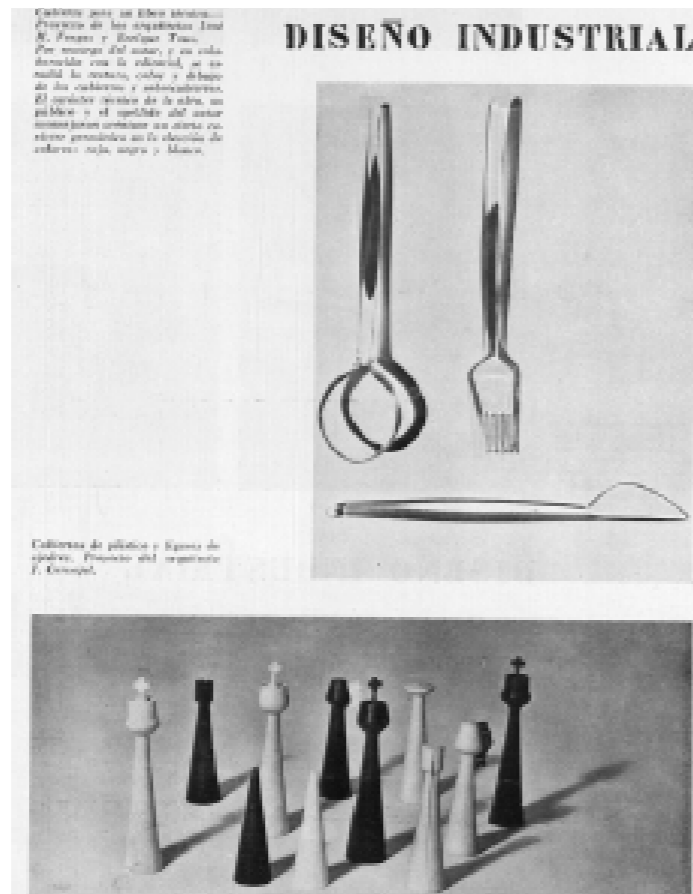
1. Escaparate de los años 50



2. Javier Carvajal en su estudio de arquitectura.



3. Mobiliario de época. Almacenes Rodríguez y muestra de la exposición SEDI



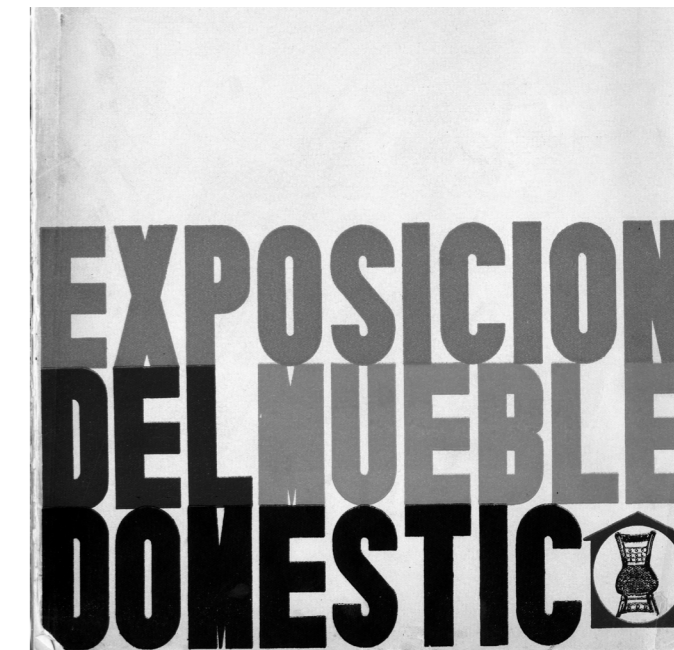
## A. ESTADO DE LA CUESTIÓN

El tema del análisis de las tiendas de Loewe, a través de los diseños del arquitecto Javier Carvajal, ya ha sido tratado con anterioridad. Entre los artículos previamente escritos, encontramos algunos en revistas de arquitectura de los años 60, donde ya admiraban la gran calidad de los dibujos y proyectos de Carvajal. En ellos se muestra la gran preocupación que existe en este joven arquitecto de la época por la integración de las artes.

En este sentido, hemos consultado el catálogo online del COAM, una base de datos que recopila material vinculado con el diseño de mobiliario moderno llevado a cabo en la década de los cincuenta y sesenta en la ciudad de Madrid. También haremos referencia a las publicaciones de la época, como la Revista Nacional de Arquitectura, Hogar y Arquitectura, Nueva Forma, Temas de Arquitectura o Informes de la Construcción, así como los catálogos de firmas de mobiliario como Darro o H-Muebles. Estos últimos, fueron los protagonistas de la exposición realizada el pasado año en el COAM que llevaba por título H\_Muebles: entre la industria, la arquitectura y el arte, donde se reunían las piezas más significativas diseñadas entre los 50 y los 70.

Por otra parte, también se han revisado trabajos más actuales, hablando sobre el tema, donde cabe resaltar la tesis doctoral de María Eugenia Josa, en la Universidad de Navarra en el año 2017, titulada “La arquitectura de la tienda: los casos de Javier Carvajal para Loewe”. Dicha tesis se centra en entender las tiendas como lugar de venta, y orientado hacia las estrategias de venta. También encontramos algún trabajo más de la misma autora, hablando con más profundidad de alguna tienda, pero siempre, para tratar de entenderla como conjunto. Este es un punto que han tenido en común varias personas al realizar sus trabajos sobre Loewe y Carvajal. A su vez también hay varios artículos sobre diferentes autores hablando de varios ejemplos de tiendas en los años 50 ó 60, y sus diseños integrales para los diferentes locales comerciales. Entre estos autores podemos encontrar a Javier Antón Sancho y Mariano González Presencio, quienes escriben “Dibujo y control. El trabajo de Javier Carvajal para Loewe”, y plantean un despliegue de los recursos gráficos por el arquitecto para dar curso a sus estrategias formales; de revisar la variedad de los modos expresivos (desde el croquis a la fotografía) a través de los cuales el arquitecto consiguió alcanzar sus objetivos, definir desde los planos generales y los interiores de la tienda, hasta los detalles decorativos, los cuales se dibujaron a escala 1:1.

Sin embargo, la relación entre el proceso de modernización de las tiendas de Loewe, a través de los diseños, enfocándose particularmente en el diseño de su mobiliario, no se ha visto que se haya tratado tan en profundidad. Por ello se procede a analizar detenidamente y restituir gráficamente el mobiliario tan característico que diseñó Carvajal para la firma.



4. Cartel exposición Exposición del mueble doméstico

## B. METODOLOGÍA

Para la realización de este trabajo de investigación se han tomado dos vías de desarrollo. La primera de ellas ha sido la revisión bibliográfica de libros y artículos publicados sobre el tema en cuestión, tanto de forma general por el contexto histórico y artístico que se estaba tomando en cada momento, como de forma particular, sobre el arquitecto y la firma de moda analizada.

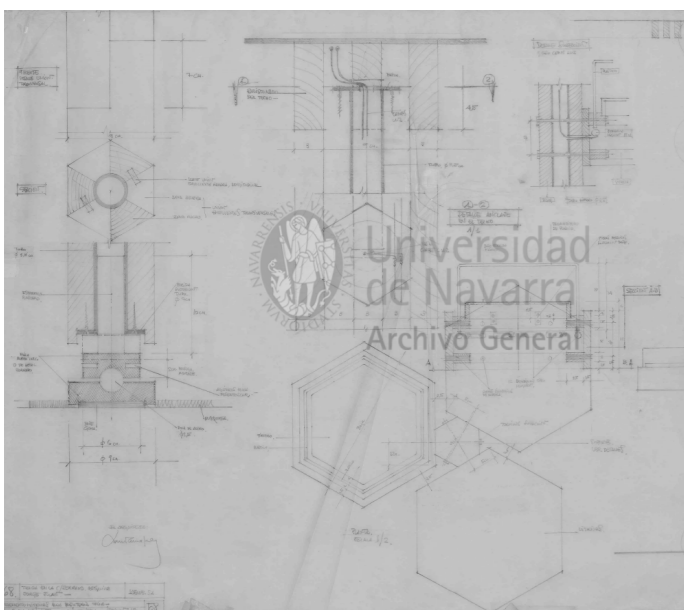
La otra vía de desarrollo que se ha tomado ha sido la de la recopilación de la planimetría y las fotografías de la época, todo ello realizado, en el archivo de la Universidad de Navarra, donde se encuentran los planos originales. De todos ellos se hicieron una selección mediante unas tablas Excel, con los planos pertinentes para nuestro análisis.

Para la selección de los planos, se hizo una elección del mobiliario a restituir, los cuales nos parecieron que tenían más elementos singulares y que respondían a los criterios de compra en las tiendas. Por lo cual, la selección de las tiendas se hizo en función al mobiliario que íbamos a estudiar posteriormente.

Se procedió a una restitución gráfica del mobiliario a través de programas de 2D, cogiendo como base los planos originales de Carvajal, y que una vez estudiados y comprendidos, se pasó a reproducirlos en tres dimensiones. De esta misma manera, se pasó a la restitución gráfica de las tiendas con los planos originales del arquitecto, facilitados por la UNAV.

Una vez con la restitución gráfica del mobiliario y de las tiendas, se ha procedido al análisis de las mismas, en relación al diseño del proceso de compra, con los recorridos que inducirán a los clientes, el tipo de compra al que está dirigido el producto, además de la categorización de los productos de la tienda, la aplicación de la imagen corporativa y la importancia del escaparatismo o visual merchandising.

Finalmente, se procedió a una sistematización de las características propias del proceso de compra en la modernización de las tiendas de Loewe y se aplicaron al propio diseño que Carvajal hizo para su mobiliario. De ello se llegó a realizar una catalogación del mobiliario según la metodología de análisis del contexto comercial.



5. Planos originales Carvajal de UNAV

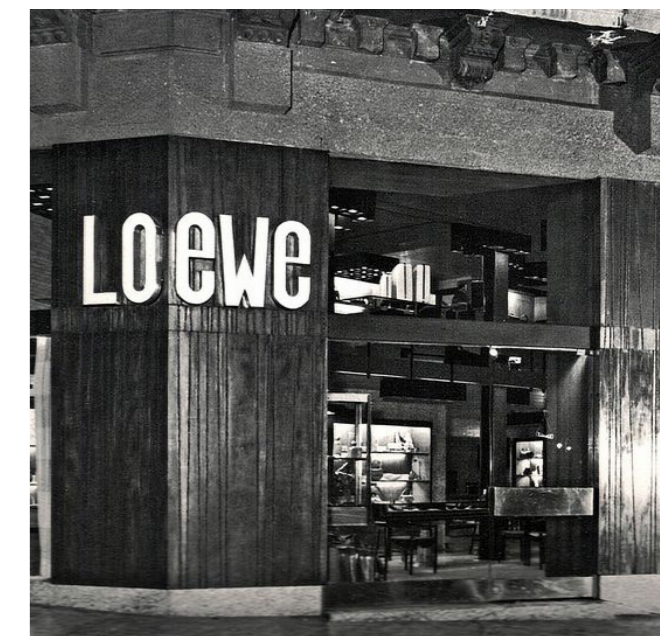
## C. OBJETIVOS

El objetivo principal de este trabajo es tratar de explicar el proceso de modernización de las tiendas de Loewe a través de los diseños del arquitecto Javier Carvajal, y en particular del diseño de los interiores y el mobiliario. Para ello se procede a estudiar el contexto y la situación socioeconómica de la época; la obra de Carvajal, sus referentes y las diferentes relaciones que tiene con otros arquitectos y proyectos. Se procede a conocer la imagen de la marca de Loewe y su evolución en el tiempo, hasta ver el vínculo que existió entre el arquitecto y la firma, así como la simbiosis entre ambos que dio lugar a los diseños de sus establecimientos.

Otro de los objetivos principales de este trabajo, es analizar la estrategia de compra de la marca Loewe y la respuesta que Carvajal ofrece para los diseños de sus locales y su mobiliario. Se ha tratado de recopilar la documentación inédita de las tiendas, para luego proceder a estudiarlas gráficamente y establecer las pautas de compra en relación al espacio y sus piezas expositivas.

Una vez vistas las piezas dentro de los locales, se ha procedido a analizarlas, teniendo en cuenta cómo se organiza el espacio entorno a ellas, y a describirlas y catalogarlas según el proceso de compra. Se llega a describir y detallar los procesos y procedimientos espaciales que Carvajal utiliza para las tiendas.

Finalmente, se quiere llegar a valorar el impacto que estos diseños de Loewe tuvieron en su contexto histórico cercano, así como en la evolución del espacio comercial y expositivo en la arquitectura española. Todo ello, nos lleva a conocer la evolución histórica de la arquitectura comercial, teniendo en cuenta la gran influencia que tuvieron los diseños de Carvajal, quien estableció unas acciones invariantes y que pueden llegar a servir como metodología de proyecto arquitectónico en el futuro.



6. Tiendas Loewe

## 2.EL DESARROLLO DEL CONCEPTO DE TIENDA CAMBIO EN LOS HÁBITOS DE CONSUMO



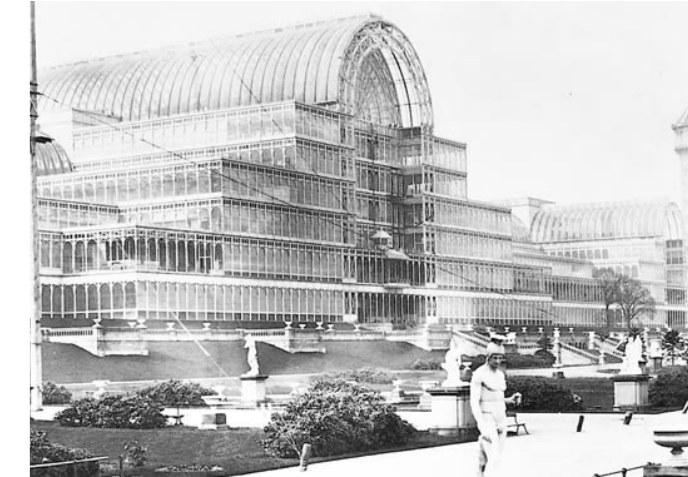
7. Gran Vía, 1912



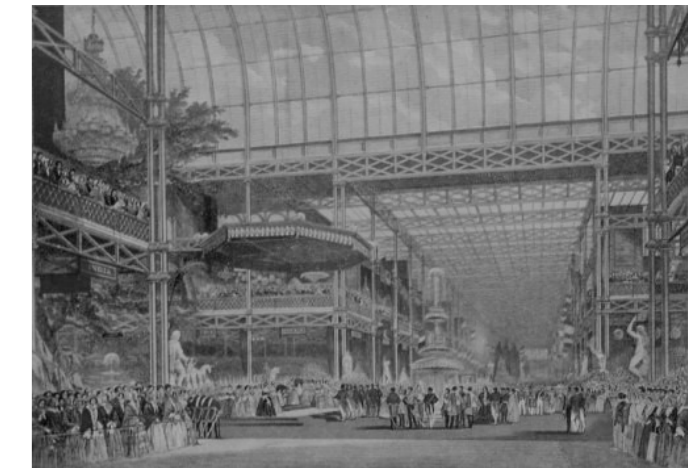
8. Gran Vía, 1958



9. Gran Vía, 1983



10. Crystal Palace, Londres, 1851  
Joseph Paxton



11. Interior de la Exposición Universal en Londres 1851, Joseph Paxton

La arquitectura ha estado siempre ligada al espacio de consumo y al concepto de tienda. Para comenzar a tratar el tema habría que remontarse hasta sus inicios en Europa, durante la Edad Media, con la evolución del taller artesano, vinculado al trabajo por encargo dirigido a un público cercano. No se trata de hacer aquí un compendio detallado de este desarrollo histórico, pero si trataremos de plantear algunas cuestiones que serán fundamentales para entender el papel de Javier Carvajal en relación con el diseño de las tiendas para Loewe.

En este sentido, el punto de inflexión en cuanto al espacio expositivo lo vamos a encontrar en la segunda mitad del siglo XIX. Y en particular en Londres, donde a partir de 1761 empezaron a instalarse pequeñas muestras industriales y así, varios años después se iniciarían las Exposiciones Universales organizadas por la Sociedad de las Artes. Estas exposiciones, dado su carácter temporal, favorecieron la arquitectura experimental e imaginativa, a través del diseño de edificios que sirvieron como distintivo de cada nación<sup>1</sup>.

La exposición Universal de Londres en 1851 fue la primera de su categoría que desplegó los avances que se habían producido desde los inicios de la Revolución Industrial, de esta manera estimuló la capacidad propagandística de la industria. El núcleo de esta exposición fue el Crystal

<sup>1</sup> Elena Pérez Blanco, "El escaparate y la incorporación de las nuevas tecnologías. Casos de Estudio Roca y Loewe". (TFG, Tutora María Jesús Muñoz Pardo, ETSAM, Madrid, 2017), 13-80





12. Gordon Selfridge, Oxford street, 1909

Palace, de Joseph Paxton, que diseñó el edificio utilizando los materiales punteros de la industria en aquella época: el hierro y el cristal. El edificio fué capaz de mostrar la industria y el comercio a través de los cincuenta años de historia que recogía la muestra.

Esta exposición de Londres tuvo una gran influencia en el desarrollo del concepto del escaparate, ya que se emplearon por primera vez las vitrinas de vidrio, reservadas hasta entonces exclusivamente para el uso en vidrieras de las catedrales. Esto permitió un acercamiento visual, a la vez que un distanciamiento del producto, creando ese instinto de necesidad hacia lo expuesto del público. El observador del escaparate pasaba a tener un papel de consumidor, ante la única observación de los artículos ya desde la calle, sin necesidad de haber entrado en la tienda<sup>2</sup>.

Así es que con la especialización de la técnica de la manipulación del vidrio, cada vez se podían construir piezas de mayor tamaño y más transparentes, creando unas tiendas luminosas y agradables. Pronto la generalización en el uso de los escaparates, se extendió por numerosos centros de ciudades, cambiando así totalmente las fachadas de los edificios. Es así, entonces, cuando realmente se empiezan a ensalzar los productos de consumo y a mostrarlos públicamente, naciendo el concepto que más tarde se acuñará como escaparatismo.

Los pioneros del escaparatismo fueron los grandes almacenes, ya que disponían de una producción mayor y más cantidad de productos que ofertar, junto con amplios espacios para exponerlos. Comenzaron en París, de la mano de Aristide Boucicaut, proponiendo tiendas donde se vendieran una gran variedad de productos y a las que el público fuese atraído libremente, como una especie de “pequeña ciudad dentro de la ciudad”.

Mucho tuvieron también que ver las ideas de Charles-Frédéric Wortha, que a partir de 1858 en su casa de Alta Costura de la Rue de la Paix, comenzó a presentar a sus clientes diseños suyos realizados con antelación. Sus lujosos salones eran el lugar idóneo para que, una vez seleccionados por el comprador, pudiesen ser confeccionados a escala de producción industrial.

La moda, entonces, comenzaría a ser entendida como espectáculo<sup>3</sup>, e influiría en la línea de desarrollo de otras casas de moda creadas con estos mismos criterios, como Loewe, Doucet, Lanvin, Chanel o Patou. Por tanto, se inauguró una nueva tradición de hacer presentaciones de moda de temporada, que cada casa mostraba en sus salones dirigidas a sus exclusivos clientes.



13. Interior Gordon Selfridge, 1909

<sup>2</sup> Leticia Romera Santa Engracia, “Visual merchandising”. (tesis de licenciatura, ESI Valladolid, Valladolid, 2013), 15-16

<sup>3</sup> Jiménez, I. (2008). “El diseño de espacios para la sociedad de la moda plena.” En: AA.VV. (Ed.), Loewe años 60. Cuestión de estilo (pp. 16-31). Pamplona, España: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra.

Estos eventos tuvieron un efecto regulador y en cierto modo normativo en el mundo de la moda, donde se estableció un orden en cuanto al proceso de compra y a la venta del producto, lo que conllevó que se estableciese un proceso creativo que marcó el diseño de los espacios comerciales e influyó, como no podía ser de otra manera, en la arquitectura.

Otros de los factores que condicionaron el desarrollo de la moda y de la creación de espacios expositivos, fueron los medios de comunicación de masas, que ayudaron a la propagación de los diseños propios y de la imagen de la marca. La fotografía fué la encargada de mostrar las nuevas manifestaciones artísticas, tanto de la moda como de la arquitectura.

Estos conceptos a los que nos hemos estado refiriendo -la venta a gran escala, el escaparatismo, la moda como espectáculo o la publicidad como comunicación de la imagen de marca- fueron los principios del desarrollo del concepto de grandes almacenes que a comienzos del siglo XX comenzó en Estados Unidos. Allí, se abrieron algunas galerías emblemáticas que aún perduran en la actualidad, imagen de las que el americano Gordon Selfridge, fundó en 1909 tras emigrar a Londres desde Chicago. Selfridges Department Store, se consolidó como referencia de lo que sería el mundo del visual merchandising, incluyendo ya la iluminación de sus enormes escaparates, para ser capaz de apreciar los productos incluso por la noche.

Años más tarde, en la década de los 1920 tuvo lugar una revolución en el mundo del arte y de la moda, y por consecuencia, en el mundo del escaparatismo. Los grandes almacenes parisinos, pioneros en esta rama, se llenaron de temas inspirados en el Art Decó y fueron utilizados por los diseñadores de moda como plataforma de sus creaciones. Este fenómeno ocurrido en Europa se trasladó una vez más al otro lado del Atlántico. Los “Felices Años Veinte” consolidaron en Norteamérica a las empresas de venta por correo, como Sears, que comenzó a abrir sus tiendas en esta década, convirtiéndose en la principal cadena después de la Segunda Guerra Mundial.

Mientras tanto, en la Gran Vía madrileña de 1916, donde aún no se había ni terminado la construcción de su primer tramo, comenzaban a surgir comercios punteros, como la camisería de lujo Butler o el Palacio del libro de la editorial Calpe, obra del arquitecto José Yáñez Larrosa. También fue en esta época cuando se populariza la expresión ‘salir a ver escaparates’ como una actividad social, reflejo de lo que ya estaba ocurriendo en el resto de Europa y en Estados Unidos<sup>4</sup> hacia años.

La Gran Vía no siempre estuvo reservada para locales comerciales, sino que antes de este fenómeno social era un espacio doméstico que experimentó el importante cambio social que

<sup>4</sup> Pérez, El escaparate y la incorporación de las nuevas tecnologías: Casos de Estudio Roca y Loewe”. 17



14. Loewe Madrid, Calle Príncipe 1917



15. Gran Vía, Madrid, 1953

estaba sufriendo España en ese momento, que supuso una renovación total en todos los sentidos de su arquitectura.

En España, no fue hasta la segunda mitad del siglo XIX y principios del siglo XX cuando se incrementó el comercio y su transformación radical. Como hemos visto, se desarrollaron nuevos tipos de comercios, como son los grandes almacenes, y progresivamente este desarrollo fue llegando a los pequeños comercios y a las nuevas tiendas que iban apareciendo en las ciudades.

Se empezó a transformar la estructura de los procesos de producción y, de esa manera, el artesano rutinario y tradicional da paso al diseñador. Las creaciones de tendencias siempre iban a estar asociadas a nombres de estilos artísticos o simplemente de artistas. La mujer y el hombre se habían transformado en consumidores y el artesano se había convertido en artista.

Es en este momento, en los años 30, cuando en España empiezan a aparecer los movimientos de vanguardia artística y empieza a abrirse a las novedades que habían tenido lugar en las primeras décadas en París, pero que en aquel momento se vieron interrumpidas por la guerra mundial, donde España no participó.

Este era el sentido que los arquitectos participantes en la nueva estética sentían y ejercían su profesión que, como en el resto de Europa y convocados por el espíritu de las artes aplicadas a la arquitectura, alcanzaba también su decoración interior y de cada uno de los objetos en ellos contenidos. Éstos habían sido sometidos a un proceso de diseño individual y un desarrollo de fabricación industrial en serie, similar al que habían incorporado los creadores de moda.

En el caso concreto de Madrid se aprecia el desarrollo de la ciudad en el ensanchamiento de las vías como es el caso de la Gran Vía de Madrid a principios del siglo XX, tomando la ciudad como referencia lo que estaba pasando en el resto de Europa. Esto estaba ligado a la expansión que estaba teniendo el uso del coche, y la necesidad de crear un gran eje de actividad que uniese el centro histórico con la ciudad. Esta renovación urbanística llevo consigo también una renovación de los estilos de las fachadas y una búsqueda de una imagen de atraer a la clientela.

Se empieza a tener gran curiosidad por lo nuevo, por la fantasía, y la sociedad española sufre un gran cambio. Es entonces cuando se construye en Madrid el edificio Carrión, el más emblemático de la Gran Vía, diseñado por Luis Feduchi y Vicente Eced, que supieron reflejar el sentido cosmopolita de la avenida, y el valor del escaparate y de referente icónico para la ciudad.

El aspecto de las fachadas y de los rótulos de la época, pasaron a ser sustituidos por unos rótulos que ocupaban el ancho de la fachada del establecimiento. Al principio, únicamente



16. Edificio Carrión en la Gran Vía madrileña

indicaban el tipo de negocio que se desarrollaba allí, y recurrían al contraste cromático para captar la atención del público.

Feduchi supo unir muy bien arquitectura, diseño y moda, y por esto fue uno de los arquitectos que años más tarde diseñaría el local de una de las grandes firmas de moda, de origen artesanal, que es Loewe, en el hotel Hilton en 1953, retomando en sus diseños esta relación entre el espacio y el diseño textil. El arquitecto se encargó de plantear todos los elementos, desde la elaboración de los bocetos y producción en serie, hasta el diseño del espacio donde iban a ser presentados los objetos, como había hecho años atrás Worth por primera vez en su salón de París.

Apareció entonces la moda como fenómeno de uniformización social aparente, coincidiendo en el tiempo con el movimiento artístico del racionalismo. Se trazó dentro de la moda un itinerario de consumo unido a procesos creativos de vanguardia, espacio que ocupan los diseños propios de los locales. Este proceso unió en el diseño a pintores, escultores, fotógrafos, arquitectos, modelos y artesanos, adquiriendo gran importancia hasta el día de hoy.

En España estos cambios se produjeron también en Cataluña, dada la influencia de artistas franceses y belgas, y debido al avance de la ciudad. En este caso se desarrolló en las Ramblas, el paso de Gracia y sus calles próximas, que se convirtieron en el reflejo de la modernidad, aportando sus escaparates como referencias de un nuevo modelo de consumo.

Desde el punto de vista urbano, podemos entender que una tienda, por su diversidad, influye en la ciudad, y por su proximidad al peatón está actuando constantemente sobre él. Una tienda se percibe a veces más que el propio edificio en el que se ubica, de modo que existe una influencia comercial sobre la ciudad y las tiendas son parte del impulso al desarrollo de la misma.

Daniel Fullaondo en su artículo para la revista Arquitectura, sobre 'El fenómeno de la tienda en el contexto de la ciudad'<sup>5</sup> explica como anécdota, que si hubiese invitado a muchos de sus compañeros arquitectos a describir los edificios que existían en la Gran Vía madrileña, sin lugar a dudas, les resultaría más fácil señalar las sucesivas tiendas, locales, cines y oficinas que los propios edificios construidos.

Ante la evidente influencia de los locales comerciales sobre las ciudades en aquella época, se plantearon dos caminos. Uno de ellos consistía en la idea sociológica de que la tienda sólo vendiese productos de la moda del momento, con ese carácter efímeros. Pero por otro, se encontró el camino de introducir los movimientos culturales y artísticos del momento como eran

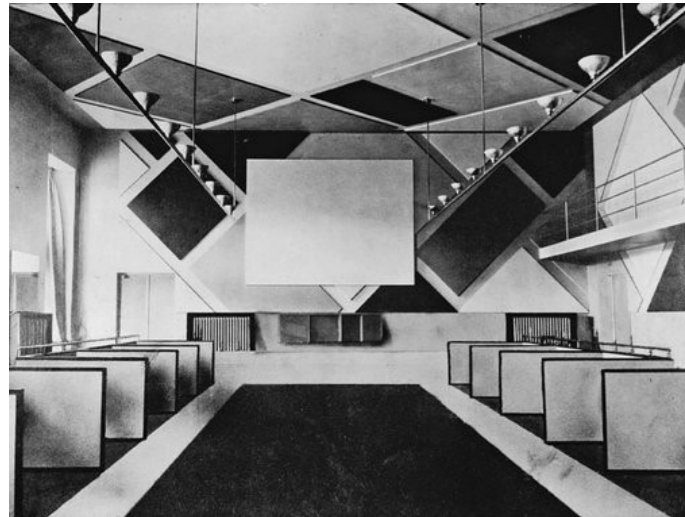
<sup>5</sup> Juan Daniel Fullaondo, "El fenómeno de la tienda en el contexto de la ciudad" (Sesión de crítica de Arquitectura, *Revista Arquitectura*, COAM, Madrid, 1968), 21-51



17. Hotel Castellana Hilton 1953



18. Imagen del fotógrafo Catalá Roca en la Gran Vía



19. Interior Café Aubette  
Van Doesburg

el modernismo o el cubismo entre otros en el diseño global de los locales comerciales. Fue entonces cuando se empezaron a ver claros ejemplos, no únicamente de moda, que continuaron esta corriente del diseño.<sup>6</sup>

Las influencias que llegaban del extranjero en este sentido, son sobradamente conocidas, aunque citaremos el diseño del interior del Café Aubette, de Van Doesburg, donde se muestra la idea pural del concepto del arte total. El estilo neoplasticista se representa a través del espacio interior fluido, donde no se aprecia el límite entre un espacio y otro.

En esta misma línea se diseñaron la joyería en Amsterdam de Rietveld, con una descomposición neoplástica que afecta a la fachada, aunque no es un escaparate plano, sino que modela y articula sus huecos. O el famoso Café en Rotterdam De Unie, de Pieter Oud, donde se aprecian claros rasgos del movimiento artístico De Stijl.

6 Fullaondo, "El fenómeno de la tienda en el contexto de la ciudad".68



20. Fachada tienda Morris en la Quinta Avenida de San Francisco  
Frank Lloyd Wright



21. Interior joyería en Amsterdam  
Rietveld



22. Café Rotterdam de Unie  
Jacobus Johannes Pieter Oud



24. Fachada Bar Chicote  
Luis Gutiérrez Soto



25. Interior Bar Chicote  
Luis Gutiérrez Soto



26. Café Zahara  
Secundino Zuazo

En Estados Unidos, Wright diseñaría a tienda Morris en la Quinta Avenida de San Francisco. Desde el exterior no podemos apreciar nada de su interior ya que su arquitecto juega con la idea del misterio, sugiriendo un túnel.

Madrid se hizo eco de estas intervenciones, así como de otras en Italia, siempre tan vinculada a la arquitectura española. En la capital española antes del 1936 podemos encontrar tres ejemplos muy claros de diseños globales de locales como son: el Café Zahara, ubicado en la Gran Vía, y creado por el arquitecto Secundino Zuazo, el Bar Capitol de Luis M. Feduchi, el Bar Chicote de Luis Gutiérrez Soto<sup>7</sup>. En Barcelona, el ejemplo más relevante será la joyería Roca, diseñada por Jose Luis Sert.<sup>8</sup> en 1933, fuente de polémica en la sociedad de la época por su innovadora fachada.

Esta idea de la fachada se retomará años más tarde en la famosa tienda Gavina de Scarpa en Bolonia. Está considerada una de las tiendas más interesantes en el año de su creación, al resolver el problema de un entorno anodino, interviniendo con un paramento en su fachada como un diafragma, puesto por delante de ella casi sin tocar el edificio previo. Pero el diseño de tiendas no

7 Fullaondo, "El fenómeno de la tienda en el contexto de la ciudad".68

8 Fullaondo, "El fenómeno de la tienda en el contexto de la ciudad".68



23. Bar Capitol  
Luis M. Feduchi



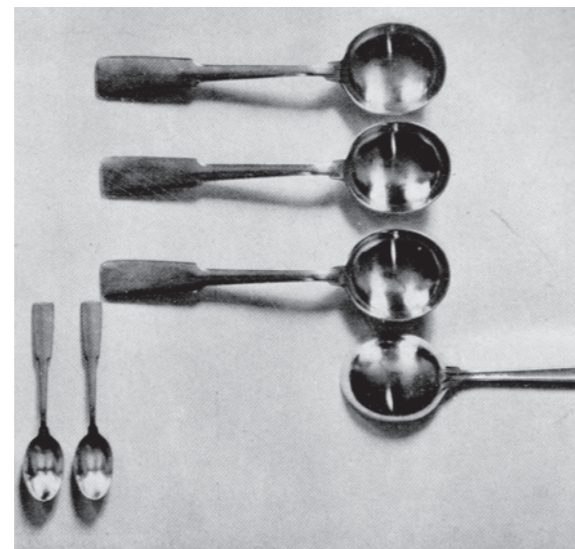
27. Joyería Roca  
José Luis Sert

sólo se orientó al espacio interior o a la fachada como escaparate de los productos, sino que los arquitectos del momento diseñaron minuciosamente el mobiliario que compondría la moderna peregrinación de la compra. Surgieron vitrina y sillas, también iluminación incorporando las nuevas tecnologías, incluso pequeñas piezas, como corbateros o ceniceros, mostrando la importancia del detalle a escala 1:1.

Uno de los más claros ejemplos de arquitectos que apostaron por el diseño total en un edificio y lo que suponía el diseño de su interior, junto con el mobiliario y todos sus acabados fue el ya mencionado arquitecto Luis Feduchi, quien junto a su hijo Javier Feduchi diseñaron el Hotel Castellana Hilton en 1953 en Madrid. Junto al edificio diseñaron piezas de su interior como los picaportes, la cubertería de plata, elementos de luminaria el mostrador y las sillas de la agencia de viajes del interior del hotel. También el mobiliario de la tienda Loewe que se encontraba dentro, su escaparate, mobiliario para la firma de moda de caballero de Celso García, un asiento de la peluquería del complejo, en definitiva, un sinfín de piezas que componían este nuevo universo comercial a medida del cliente.



28. Mobiliario para la tienda de Loewe en el Hotel Hilton, Madrid  
Javier Feduchi, 1953



29. Cubertería para el Hotel Hilton, Madrid  
Javier Feduchi, 1953

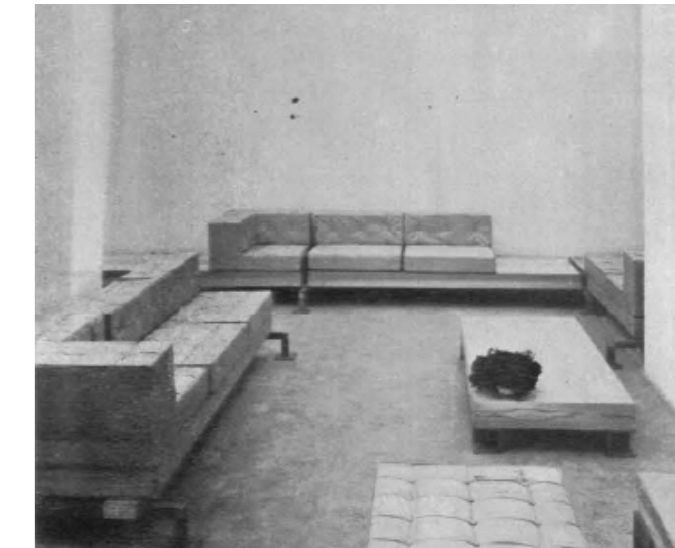


30. Mesa para habitaciones y tiendas. Hotel Hilton, Madrid  
Javier Feduchi, 1953

Otro de los grandes arquitectos que se centraron el mobiliario de los edificios que construían fue Francisco Sainz de Oiza, quien realizó el proyecto del Poblado de absorción de Fuencarral, y en el que llegó a diseñar sus sillas, mesas, camas o taburetes. También hizo locales de exposiciones con piezas singulares donde llegó a incorporar la madera de pino combinándola con el acero y el cuero en asientos replegables.

Fisac también fue uno de los arquitectos que se unió a la corriente del diseño del mobiliario. Pero sin duda la pieza estrella del arquitecto eran los asientos. En su colección podemos encontrar numerosos tipos de butacas, de diferentes tamaños y materiales. Una de sus piezas que más le caracteriza es la 'Butaca Toro', que encontramos con diferentes acabados ,como en cuero marrón, cuero verde o de piel de vaca. También realizó el interior de una pastelería en Madrid, una librería, una cafetería, o la totalidad del mobiliario de su propia casa y estudio.

Por aquel entonces se le empezaba a dar cada vez más importancia a todos los detalles relacionados con la arquitectura y a todo su entorno. La industria del mueble era fundamental y para conseguir la aportación de ideas y nuevas técnicas se convocó el primer concurso de diseño del mueble, convocado por 'H. Muebles' en 1960. Se quiso lograr con ello llegar al mercado



31. Local de exposición en Madrid  
Francisco Sainz de Oiza



32. Butaca toro, estructura de metal, tapizada de terciopelo  
Miguel Fisac, 1957

33. Butaca de madera para librería del CSIC  
Miguel Fisac, 1950

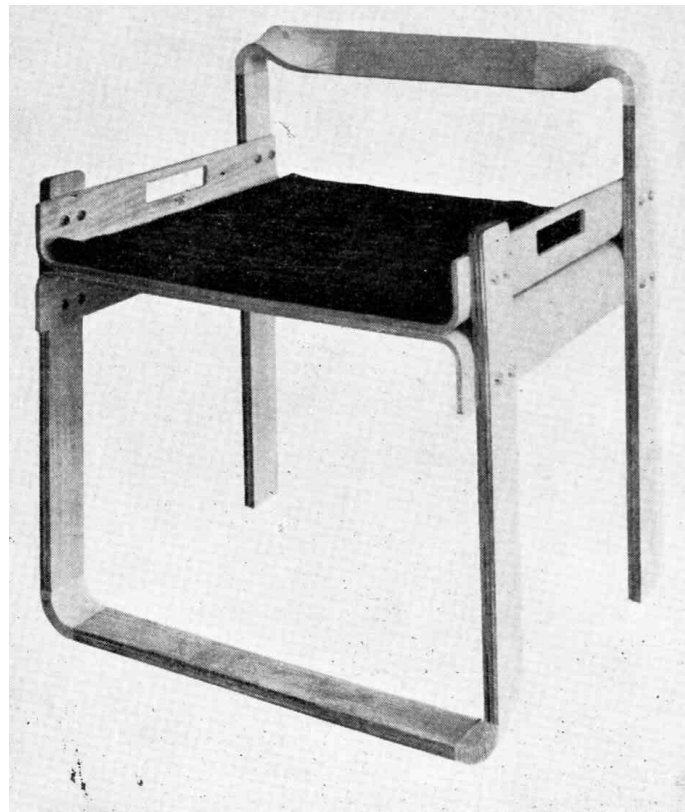


34. Mobiliario del estudio arquitecto Miguel Fisac  
Miguel Fisac, 1955

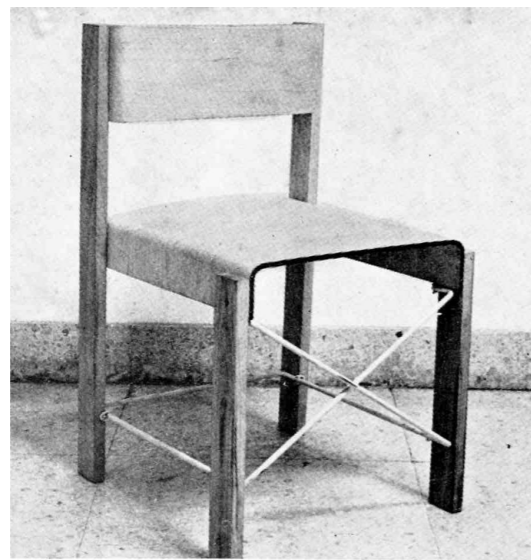
internacional con los productos españoles que no pasaran desapercibidos. En este concurso resultó ganador el arquitecto Rafael Moneo con una butaca de madera curvada, que se complementa con un interesante cojín. Tan sólo un año más tarde volvió a ganar el primer premio EXCO con otra pieza suya, esta vez una silla de madera para el comedor.

Por último encontramos al arquitecto Javier Carvajal, entre los artistas que quiso introducir la sensibilidad que tenía por el diseño en todos los aspectos que se puede llegar a diseñar un edificio, desde la construcción de éste, hasta el diseño industrial de su interior. Creaba recorridos donde los objetos expuestos formaban parte de ese mobiliario y construcción arquitectónica. A la hora de diseñar su mobiliario lo integraba a la perfección. Algunas de sus piezas más emblemáticas han sido la butaca Granada, diseñada en 1964 para el Pabellón Español de la Feria Mundial de Nueva York, la silla Loewe, creada originalmente para su tienda de la Calle Serrano, aunque posteriormente la incluiría también en más de sus locales, junto con el diseño integral de la firma a lo largo de los años 60.<sup>9</sup>

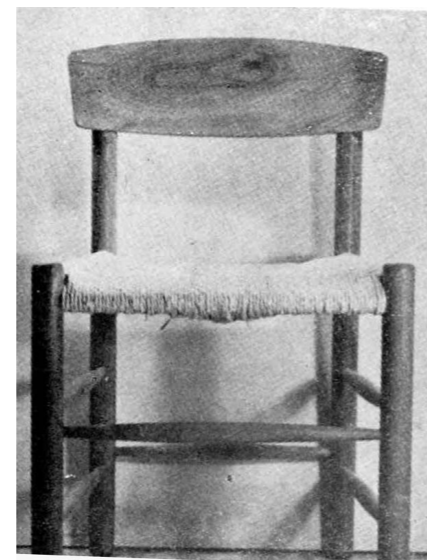
<sup>9</sup> María Villanueva, María Eugenia Josa "Loewe, tradición en la imagen de la marca". (trabajo de investigación Universidad de Navarra, Pamplona, 2019), 19-23



35. Silla ganadora primer premio concurso H. Muebles  
José Rafael Moneo, 1960



36. Silla de madera. Ganadora primer premio EXCO  
José Rafael Moneo, 1961



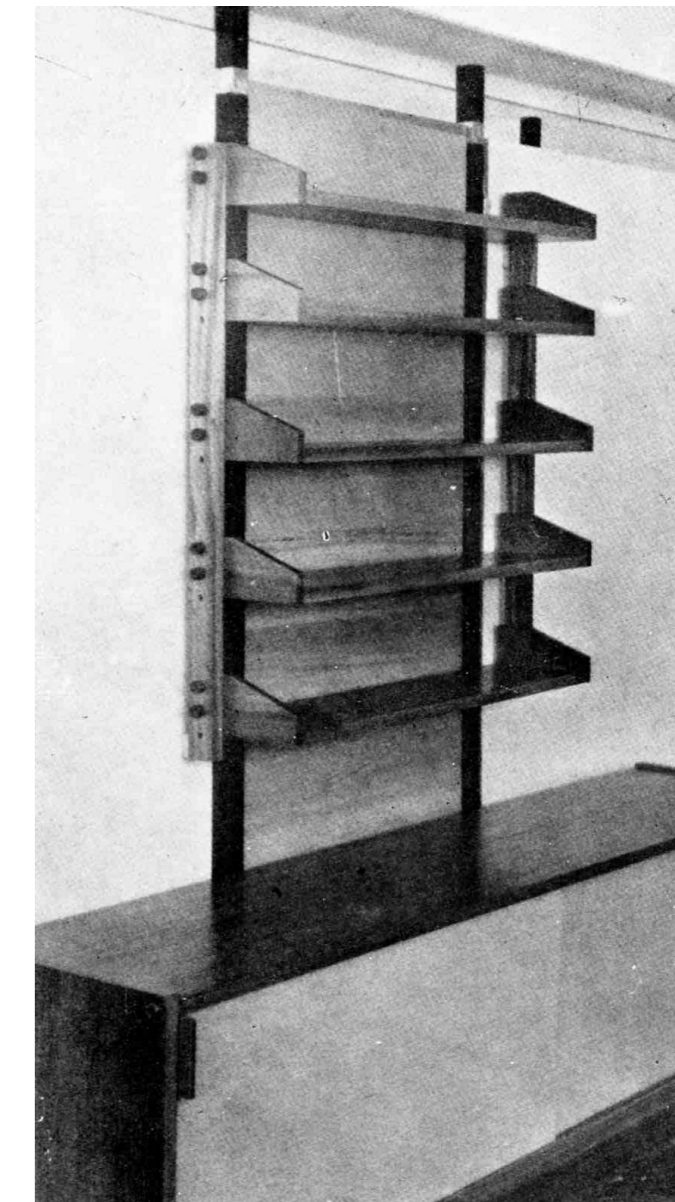
37. Silla presentada al concurso EXCO  
J.M. Pérez Loriente, 1961



38. Silla estructura de madera  
Javier Carvajal, 1959



39. Butaca Granada, diseño para el Pabellón Español de NY  
Javier Carvajal, 1964



40. Estantería comedor presentada al concurso EXCO  
Javier Carvajal-Biosca, 1961

Dada la importancia que tuvo este arquitecto y que llegó a crear un antes y un después a la hora de construir y diseñar los edificios, pasaremos a analizar detenidamente sus obras desde la escala de un edificio hasta analizar las piezas de mobiliario que llegó a hacer para la firma de Loewe.

### 3. JAVIER CARVAJAL Y LOEWE

#### JAVIER CARVAJAL VIDA Y OBRA



41. Casa Javier Carvajal  
Arquitecto Javier Carvajal, 1966



42. Patio de la Casa Javier Carvajal



43. Interior Casa Javier Carvajal. Ganadora en 1969 del premio arquitectura Fritz Schumacher

Abordar la figura de Javier Carvajal es una tarea ardua, ya que fué un arquitecto conocido y apreciado no sólo por su labor arquitectónica, sino por su dedicación como profesor en la Escuela de Arquitectura de Madrid. Además, tratar el mito, desde el estudio de estos pequeños proyectos para Loewe hace que podamos aportar una visión paralela a la del arquitecto de la Torre Valencia o las dos casas en Somosaguas, la suya propia y la de los García Valdecasas.

La trayectoria de Javier Carvajal<sup>1</sup> como arquitecto comienza en 1953 cuando se gradúa en la Escuela de Arquitectura de Madrid, aunque sus primeros años los había cursado en la Escuela de Barcelona, donde residía con sus padres. Parece que su familia no estaba conforme con su orientación hacia la arquitectura, y Carvajal compaginó esta con la de Derecho, consiguiendo el Premio Extraordinario Fin de Carrera. Además, con el fin de complementar sus conocimientos, durante su formación universitaria estuvo estudiando en la Sorbona de París.

De manera que su formación fue fundamental y en la entrevista que realizó en el año 1973 para la revista *Arquitectura*, no duda en afirmar: “Yo he tenido cuatro maestros importantes”<sup>2</sup>. Estos

<sup>1</sup> Javier Carvajal Ferrer nació el 3 de enero de 1926 en Barcelona, aunque proviene de una familia de padre castellano y madre catalana. A pesar de que nació y vivió muchos años en la capital catalana, por problemas de salud se tuvo que mudar a Madrid

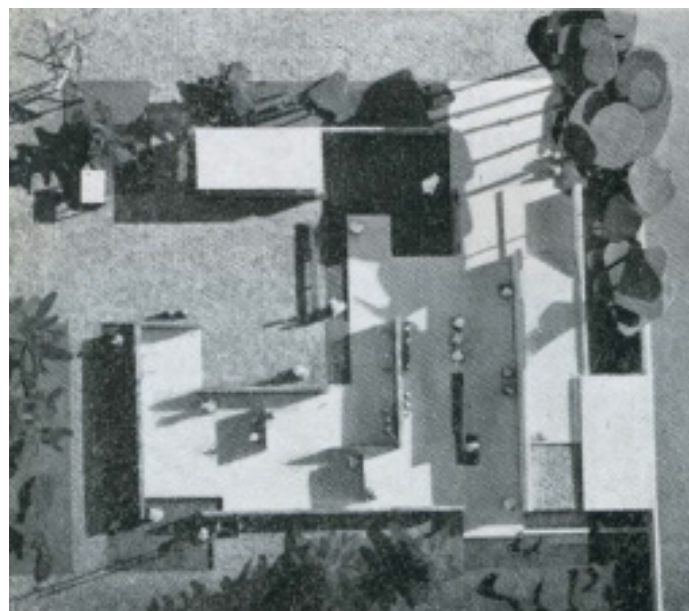
<sup>2</sup> Juan Daniel Fullaondo, “El fenómeno de la tienda en el contexto de la ciudad” (Sesión de crítica de *Arquitectura*, *Revista Arquitectura*, COAM, Madrid, 1968), 21-51



44. Carvajal en su estudio de arquitectura de Madrid



45. Maqueta Pabellón Español en la Bienal de Venecia  
Javier Carvajal, 1955



46. Pabellón Español en la Bienal de Venecia  
Javier Carvajal, 1955

serían Leopoldo Torres Balbás, Modesto López Otero, Luis Moya y Victor D’Ors, arquitectos y profesores suyos, que establecieron las bases de lo que sería su arquitectura posterior.

Además de estos años de formación de Carvajal, no podemos perder de vista su vinculación con esa “segunda generación de postguerra madrileña”<sup>3</sup>, de la que formaban parte arquitectos como Oriol Bohigas, Rafael de la Hoz, José María García de Paredes, Antonio Vázquez de Castro, Francisco Javier Sáenz de Oiza, José Antonio Corrales o Ramón Vázquez Molezúm. El final de la autarquía generó un período de cambio que cohesionó a este grupo de arquitectos entorno a los nuevos temas arquitectónicos, muchos de ellos vinculados a la vivienda, y otros a la nueva sociedad que comenzaba a abrirse al mundo, como este que tratamos de la arquitectura comercial.

Lo que es claro es que a mediados de los años 50 en España, había un espíritu de modernización y cambio de la imagen del país. Esta idea de renovación fue también promovida por las instancias oficiales españolas, que apostaron por nuevos diseños y nueva arquitectura a la altura de la arquitectura europea de la época. Fue en aquellos años en los que se empezó a generalizar la colaboración entre arquitectos, diseñadores, artistas, pintores y escultores, fructificando en obras de innegable valor.

El propio Carvajal, en una entrevista<sup>4</sup> que se le realiza recién terminados sus estudios universitarios, hablaba sobre su actitud en relación con la arquitectura, afirmando que sentía una enorme necesidad de renovación en general, queriendo ampliar el campo a todas las artes y también al diseño industrial y artes plásticas, algo por lo que otros empezaban a tener ya vocación. Carvajal quería crear espacios significativos, elegantes, desde la sencillez y la sobriedad, huyendo del adorno<sup>5</sup> y de las tendencias historicistas que ya comenzaban a despuntar.

En este sentido, el dibujo sería una herramienta imprescindible para el arquitecto. Mucho se ha dicho sobre la belleza de sus planos, su capacidad de abstracción pero también la minuciosidad de los detalles. La línea rotunda, las sombras marcadas o el estudio de los materiales serán parte del universo gráfico del arquitecto, que no dejaba nada sin precisar en sus dibujos a todas las escalas.

Con estas premisas abriría su propio estudio de arquitectura en Madrid y será aquí donde comienza su andadura como arquitecto de exposiciones, iniciándose como comisario adjunto

<sup>3</sup> Flores, Carlos. *Arquitectura Española contemporánea I*, 1880-1950. Madrid: Aguilar S.A. Ediciones, 1989

<sup>4</sup> Eduardo Delgado Orusco, “Conversaciones con Javier Carvajal Ferrer”( extraído de “La obra madura” *Revista Arquitectura COAM* nº316, Madrid 1998), 20-23

<sup>5</sup> Delgado, Conversaciones con Javier Carvajal. 98

de la II Bienal de Sao Paulo en 1953. Tiempo después, en 1955 obtiene el pensionado en la Academia Española de Bellas Artes en Roma, con un proyecto para el Pabellón Español en la Bienal de Venecia. En este concurso, Carvajal comenzó a desarrollar su idea sobre los espacios expositivos desde la geometría del cuadrado en una planta libre y fluida, con claras referencias de Mies van der Rohe.

Aún en Roma, Carvajal realizó dos obras de tipo memorial y representativo junto a García de Paredes, el “Panteón de los españoles” en el cementerio del Campo Verano y el “Pabellón de España” en la muestra de diseño industrial de la XI Trienal de Milán en 1957<sup>6</sup>. Sus años en Roma coincidirán con una etapa de importantes encargos que el arquitecto realizaba en paralelo con sus viajes a España. Entre ellos se encuentran la Escuela de Altos Estudios Mercantiles en la Universidad de Barcelona y el edificio-torre de Valencia, un conjunto de viviendas junto al campus de Moncloa en Madrid. En ellos queda patente su interés por la arquitectura europea, en particular la nórdica, y su herencia romana, definiendo su arquitectura como “racionalista, rigurosa, ordenada, pesada y a veces, tiene la seriedad de las cosas meditadas, del señorío de la razón”<sup>7</sup>.

Sus viajes por Europa, que se iniciaron en su segundo año como becado en la Academia de Roma, le llevaron a recorrer los principales países, analizando, al igual que en el caso de Italia, su arquitectura histórica y contemporánea. Con el tiempo, y fruto de sus experiencias, fue adoptando una actitud cultural abierta e internacional, a pesar de su carácter político conservador, lo que más tarde condicionó su trabajo. Viajando aprendió de primera mano de los maestros modernos como Mies van der Rohe, Le Corbusier, Marcel Breuer o Richard Neutra, referentes claros en numerosos proyectos posteriores.

Carvajal recorrió diversos países en un corto periodo de tiempo, pero sin duda alguna el que más le marcó al arquitecto fue su viaje por los países nórdicos, donde observó su nueva manera de entender el espacio, desde un punto de vista abierto e integrado en la arquitectura tradicional y contemporáneo. Este viaje lo realizó junto a José María García de Paredes y el escultor y arquitecto Joaquín Vaquero Turcios, recorriendo Dinamarca, Suecia y Finlandia. El motivo principal que le llevó a visitar este último país fue que era el lugar de origen de los arquitectos encargados del montaje de su pabellón nacional en la Trienal de Milán. De estos arquitectos, Carvajal aprendió sobre construcción, en particular, sobre la sencillez y la precisión en el detalle y la innovación en

<sup>6</sup> Carlos Labarta Aizpún, Jorge Tárrago Mingo, “Carvajal y la voluntad de ser arquitecto, la construcción del proyecto y la belleza eficaz.” (*Revista “Proyecto, Progreso y Arquitectura”*, Universidad de Sevilla, 2015), 39-51

<sup>7</sup> Delgado, Conversaciones con Javier Carvajal. 98



47. Escuela de Altos Estudios Mercantiles en Barcelona, 1955



48. Pabellón de España en la XI Trienal de Milán, 1957



49. Mobiliario para el interior del Colegio Mayor Santo Tomás de Aquino  
José María García de Paredes, 1957



50. Asientos para el Pabellón de España en la Trienal de 1957  
José María García de Paredes, 1957

cuanto los materiales. Otro aspecto que también le cambió su modo de pensar fue la manera en la que se integraba en la arquitectura, el tono íntimo y familiar de las artes industriales de menor escala.

Este tipo de arquitectura procedente del norte de Europa le marcó en todos los aspectos, desde el diseño industrial hasta la gran escala del diseño de la ciudad, las cuales se insertaban en la naturaleza dando gran importancia al espacio público. Carvajal quería conseguir la belleza, no solo en las grandes creaciones de arte, sino que quería encontrar la belleza también en los pequeños objetos de la vida que nos rodean, en las cosas cotidianas.

Durante este periodo de viajes y formación, el arquitecto empieza a tener proyección nacional, publicándose su primera gran obra en la revista RNA: el proyecto del edificio para la Escuela de Altos Estudios Mercantiles en Barcelona, donde resultó ganador junto con García de Castro.

Pocos meses después, en enero de 1956, sale a la luz la primera exposición de Telecomunicaciones en la que interviene Carvajal con Corrales y Molezú. En marzo de ese mismo mes realiza el proyecto residencial en la zona el río Manzanares que gana también junto a García de Castro.

En 1957 Javier Carvajal y José María García de Paredes obtienen el primer premio en Trienal. Entre los objetos premiados, destacan el tren Talgo (Gran Premio de la Sección 'Arquitectura en movimiento') o las esculturas en hierro de Eduardo Chillida (Diploma de honor) en la X edición; y las obras del ceramista catalán Cumella (con Medalla de Oro), los artículos de cuero y piel "Loewe", y el muestrario de telas tejidas a mano de Clara Szabo (Medalla de Plata) en la XI edición<sup>8</sup>.

Por aquel entonces eran muy pocas las industrias que consideraban importante la colaboración de un artista, que interviniese sobre el aspecto plástico de sus productos. Fue entonces cuando surge el Primer Concurso Industrial de España, cuyo objetivo principal era concienciar sobre la importancia que tenían las disciplinas artísticas e industriales. Por ello se insistió en establecer una colaboración entre los distintos profesionales, artistas, y artesanos para así mejorar la calidad de la producción. En este proceso adquiriría gran protagonismo el arquitecto, por su labor de dirección y porque tenía que asumir una importante labor social, contribuyendo en

<sup>8</sup> María Villanueva Fernández, Héctor García-Diego Villarías, "El arquitecto y los inicios del diseño industrial en España." (Tesis de investigación, rita nº6, 2016), 116-123

la educación del gusto popular. Entre los ganadores de este primer concurso se encontraban arquitectos como Miguel Fisac y Secundino Zuazo.<sup>9</sup>

Fue poco tiempo después, aún en 1957, cuando a raíz de la creciente preocupación de numerosos arquitectos por el diseño industrial que se creó la primera institución llamada Sociedad para Estudios de Diseño Industrial (SEDI). Nació de la mano de Carlos de Miguel, Luis Feduchi y Javier Carvajal, y con el apoyo de algunas empresas de producción como Loewe, Darro, Plata Meneses, Rolaco, Roca, Bidasoa, entre otras. A lo largo de su creación muchos personajes tuvieron relación con SEDI, como los arquitectos Francisco Inza o Corrales y Molezún, y artistas como José María Labra o Amadeo Gavino.

La SEDI promovía dos tipos de eventos, por un lado, organizaba debates relacionados con el diseño desde el lado más teórico de la sociedad, y por otro lado promovía proyectos a nivel comercial, funcionando como empresa que proponía diseños al mercado. Aquellos modelos percibieron influencia nórdica, aunque sin perder la esencia de tradición española. Esta característica se convertiría en una herramienta fundamental de promoción del diseño español tanto a nivel nacional como internacional.

Un año después de la creación de la SEDI colabora en varios proyectos arquitectónicos encargados por el Obispado de Vitoria, lo que le dió al arquitecto en esa época una posición en la vanguardia nacional. Entre los arquitectos encargados de este proyecto también se encontraban de la Sota, Fisac, García de Paredes, Corrales y Moezún.

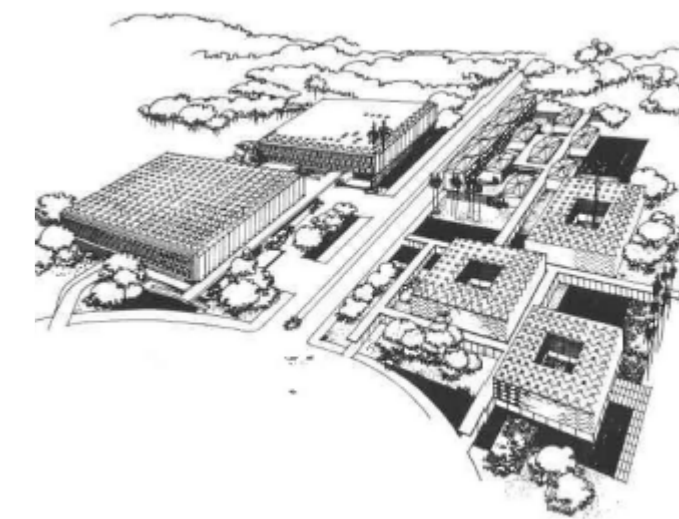
En 1958 Carvajal termina su primera obra construida, las viviendas de la Plaza de Cristo Rey, la cual llevaba años ya diseñada. En dicho proyecto ya se observa el ímpetu del arquitecto por la modernidad, enfocándose y apoyándose en la tecnología de la época. También se ve su afán por realizar exposiciones de diseño industrial, algo innovador ya por aquella época<sup>10</sup>.

Pero no sólo podemos hablar de las influencias nórdicas, de los viajes y de la importancia de lo constructivo y el diseño. Carvajal siempre tendrá en su mente la tradición española y en particular, la Alhambra de Granada. Para el arquitecto será fuente de inspiración, gran ejemplo a seguir a nivel de exposición y de eficacia constructiva, con su uso de los materiales expresados al detalle.

Y así, la tuvo muy presente al diseñar el Pabellón de Nueva York, tratanto de conseguir la belleza del espacio interior semejante a la del monumento. Es un espacio donde suman los

<sup>9</sup> Mariano González Presencio, "Quince años de Arquitectura. Noticias sobre Javier Carvajal y otros" capítulo de "De Roma a Nueva York: Itinerarios de la nueva arquitectura española 1950-1965." (Universidad de Navarra, Pamplona) 213-234

<sup>10</sup> Labarta, La voluntad de ser arquitecto. 15

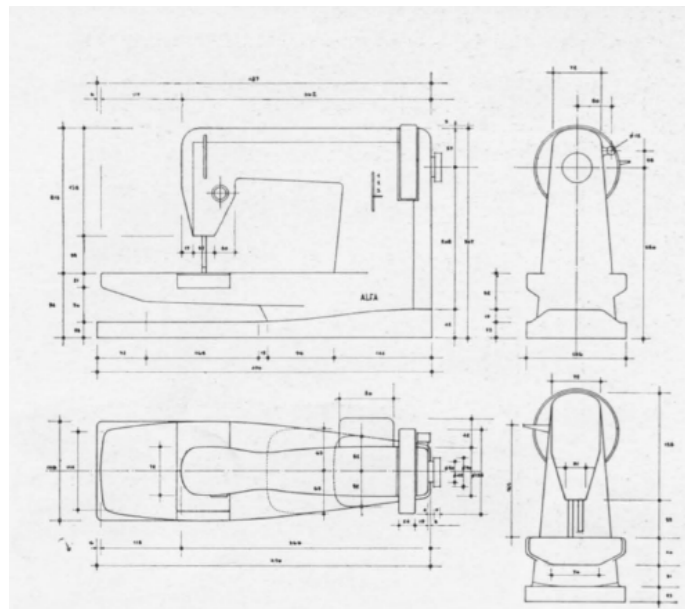


51. Proyecto de Leopoldville, 1960



52. Pabellón de España en la Feria mundial de Nueva York, 1963





53. Planos de la máquina de coser Alfa  
Javier Carvajal, 1959

objetos que se exponen y la construcción está diseñada al detalle, desde la estructura a la iluminación y el mobiliario, dentro de un ritmo repetitivo. Una de las peculiaridades que se observan en el ejemplo que toma Carvajal por la Alhambra, es que incluso diseñó los famosos ‘Sillones Granada’ de cuero propuestos por el propio arquitecto para la exposición en 1963 de Nueva York y distribuidos por ella.

Se encuentran grandes similitudes en el diseño de ambos proyectos para concursos, donde la volumetría y la composición la forman unos contenedores de planta cuadrada y organizados por diferentes zonas dependiente de las características de los congresos que se diesen en ellos.

En estos proyectos, se aprecian los principios configurativos de su organización espacial, desvelando las ideas museísticas de Le Corbusier, como la continuidad del recorrido; el sentido circular y ascendente en torno a la luz de Frank Lloyd Wright o la idea espacial de exposiciones de materiales, iluminados por patios de Mies van der Rohe.

Una de las características que Carvajal buscaba al diseñar ambos pabellones, era la de que pareciese una ciudad rodeada de naturaleza, la de encontrar un espacio común entre la relación del interior y exterior, unificando los recorridos y las visuales desde sus parques exteriores y los interiores del pabellón. La naturaleza se encuentra en el exterior pero quiere que se expanda a su interior a través de los patios, sus recorridos y el contraste de luces y sombras<sup>11</sup>. Otra de las características que consiguió Carvajal fue la extensión del patio y el jardín, a través del recorrido circular que se abriese con transparencia a las visiones del interior, nunca con visiones a la calle rodada. raro repasa estos párrafo

En el diseño de los proyectos para Leopoldville, de 1960 y Nueva York, de 1963, muestra el sistema que tenía a la hora de construir el exterior de las fachadas y cubiertas mediante el empleo de elementos tecnológicos modulares prefabricados, por razones ambientales y de clima, algo que a Carvajal le preocupaba en el momento y era de gran innovación en aquella época.

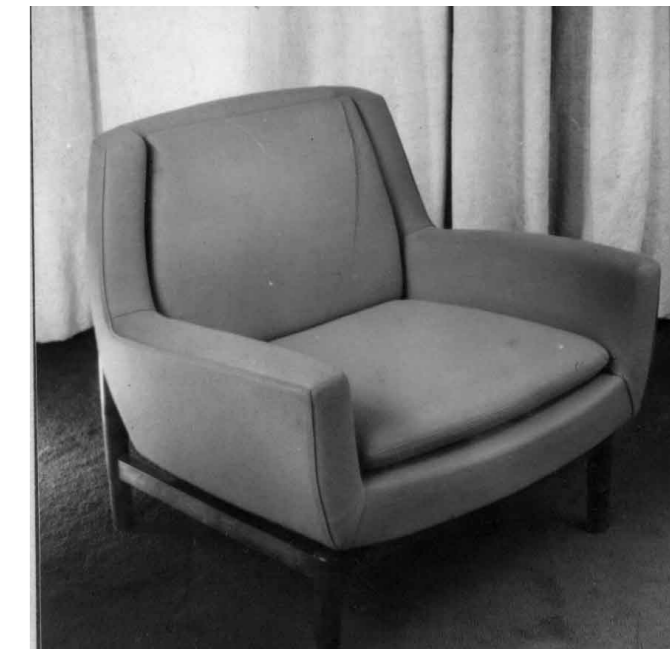
Carvajal tenía una gran curiosidad por la innovación y la búsqueda de nuevos materiales de fabricación industrial, lo que se aprecia en su obra construida en los años 50, en las que el gresite o placas de uralita se aplican en revestimiento de fachada, las carpinterías o perfiles no extrusionados se integran con la estructura. Por el contrario, en su arquitectura expositiva Carvajal oculta los pilares de apoyo de fachada, tomando como protagonista el material de

<sup>11</sup> F. Fariña Martínez, E. Colomé Montañés, A. Juárez Chicote "Crítica y humanismo en el pabellón de Nueva York de Javier Carvajal" 2020

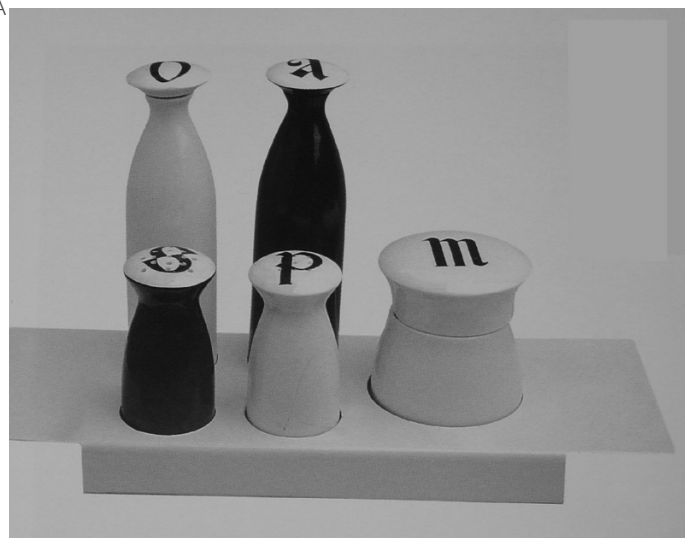
revestimiento como parte de la exposición, frente a la estructura reticular, el aluminio y o el cristal de algunos acabados interiores, que son mostrados junto a otros materiales y técnicas de la artesanía y arquitectura popular española.

El efecto visual creado por estos materiales y los objetos-expositores son dibujados en el proyecto expositivo y de ejecución por Carvajal, mostrándose la integridad de escalas conceptuales que usaba a la hora de proyectar cada edificio, sin dejar nada por construir al azar.

Javier Carvajal fue uno de los arquitectos más involucrados en unir todas las artes plásticas y con ello capaz de crear una arquitectura que llegara a todas las escalas del diseño. Poco después de su implicación en la creación de la SEDI, y aprovechando el auge que había en la sociedad española por el mundo de la moda, se unió a la gran firma de artículos de cuero de Loewe, firma que también había formado parte de la creación de la sociedad. Juntos llevaron a cabo a principio de los años 60 numerosas tiendas por toda la geografía española, como veremos a continuación, con un mismo objetivo, que era conseguir que el diseño de sus locales reflejara el valor de los productos que se vendían en su interior



55. Butaca Loewe, tapizada en tela  
Javier Carvajal con Biosca, 1965



54. Juego de porcelana  
J. Luis Sánchez (SEDI), 1957

## LOEWE



56. Fachada Loewe previa a Carvajal



57. Fachada Loewe en Sevilla  
Javier Carvajal, 1962



58. Exposición de bolsos Loewe en su local del Hotel  
Presidente en Sevilla.



59. Interior local Loewe



60. Tienda Loewe en Paseo de Gracia, Barcelona 1943

La casa española de lujo Loewe se fundó en el 1846 por Enrique Loewe Roessberg, un artesano de origen alemán que se trasladó hasta España atraído por el exquisito trato que se le daba en aquella época a la piel y a la artesanía. Fue entonces cuando se asoció con los dueños de un taller de marroquinería en la calle Lobo de Madrid, actualmente calle Echegaray. Enrique Loewe no fue un simple compañero en el taller, aportaba sus propias ideas innovadoras e impulsó al taller hacia unas creaciones novedosas, elegantes y de calidad. Enrique Loewe Roessberg al ver el potencial que tenía en comparación con sus compañeros de taller le llevó a abrir su propia tienda en solitario, que llevaría su nombre “E. Loewe” en 1892, en la Calle Príncipe de Madrid.<sup>1</sup>

Por aquel entonces los clientes de sus productos tenían un alto poder adquisitivo. Tal era el prestigio de los artículos de E.Loewe que hasta el rey Alfonso XIII y la reina Victoria Eugenia de Battenberg eran clientes habituales, atraídos sin duda por el lujo artesanal de los artículos en piel. En 1905 se le hace a Loewe proveedor oficial de la Casa Real, algo que le dio el arranque definitivo para el impulso de la empresa y relacionarse con la alta sociedad del país.

Cuando se abrió la tienda en Barcelona, la firma ya estaba siendo dirigida por Enrique Loewe Hinton, hijo del fundador. Poco a poco iban consiguiendo hacerse conocer entre la gente de

<sup>1</sup> Julia Barrueco Ecijano, “Arquitectura, diseño y arte en las tiendas de Carvajal para Loewe” (TFG de Grado. E.TSA Universidad Politécnica de Madrid, 2019)



61. Señora observando en un escaparate un bolso de Loewe



62. Señoras saliendo la una tienda Loewe en Madrid

altas esferas y a conseguir el prestigio que habían estado siempre buscando. Esto les llevó a reubicar su principal local en Madrid a una localización de mayor prestigio, con mayor cercanía a los palacios y palacetes donde vivían sus clientes. Eligieron así el edificio de la calle Barquillo, esquina San Marcos, abriendo esta tienda en el año 1923. La firma ya se había especializado y caracterizado por sus artículos de piel como estuches, pitilleras y encuadernaciones de lujo, pero sus productos que más le representaban eran los bolsos.

En el año 1936, y con el estallido de la Guerra Civil, y ya con la tercera generación al mando, Enrique Loewe Knappe, la empresa quedó reducida a la fabricación de material para el ejército. no fue hasta el fin de los conflictos que la empresa volvió a la creación de sus productos originales. En 1939 se abrió su tienda por excelencia en Gran Vía nº 8 de Madrid. Dicho local fue diseñado por Francisco Ferrer Bartolomé, y hasta el día de hoy conserva alguno de sus elementos como la escalera curva, las lámparas de araña de cristales y los muebles de madera caoba de pared. El director creativo de la firma en aquella época, José Pérez de Rozas, fue el encargado de diseñar los escaparates de la tienda, los cuales no pasaban desapercibido a los viandantes de la época.

En 1945 el colaborador de la firma José Pérez de Rozas diseñaría uno de los primeros bolsos de boxcalf, con el que la casa adquirió una gran fama internacional convirtiéndose así en un clásico de la firma. En 1948 siguió expandiéndose la marca Loewe, esta vez abriendo una tienda en San Sebastián, ciudad de veraneo de las clases adineradas, los entonces clientes de la firma. La firma seguía creciendo, por lo que optaron por surtir no solo a sus propias tiendas sino a terceros comercios que les hacían encargos a ellos directamente.

Al igual que pasó con la asociación de la marca Loewe con la Casa Real, lo que llevó un lanzamiento de la firma en sus comienzos, en los años 50 llegó el cine de Hollywood a España y con ello grandes actores ya clientes de la marca relanzaron y dieron más visibilidad a sus artículos. Entre ellos se podría destacar el bolso que Ava Gardner compró en la mítica tienda de Gran Vía en 1958. También podría nombrar a Sofía Loren o Gary Cooper como famosos clientes de la firma.

La sociedad española empieza a transformarse y aparece el movimiento artístico del racionalismo. Aparecen dentro de la moda marcas que trazan un itinerario del consumo ligado

a los procesos creativos de vanguardia, entre ellos los diseños de los propios locales. Esto unió a pintores, escultores, fotógrafos, escultores modelos y artesanos en la labor del diseño.<sup>2</sup>

Lo que buscaba Loewe en esta época para el diseño de sus locales era lograr que todos sus elementos reflejasen el carácter de la empresa, la personalidad de su actividad comercial. Se quería conseguir la promoción del producto a partir de la seducción, entrar en sintonía con las clases sociales más cultivadas y establecer una selección en función de la cultura del consumidor, haciéndolo atractivo aunque incomprensible para parte del público.

La esencia de la firma buscaba seducir a través de la presentación del objeto acabado y siempre orientándolo a las técnicas de comercialización. Presentaba su producto sobre personas reales en los salones de las casas de moda, con la teatralización de la mercancía, con el reclamo mágico, con la tentación del deseo...

El punto de inflexión, y comienzo de esta historia se produjo en 1959, cuando se abrió la tienda en la Calle Serrano, diseñada por Francisco Javier Carvajal. Por aquel entonces la Calle Serrano terminaba mucho antes de lo que hoy conocemos, encontrándose en aquel momento solo la tienda de Mariquita Pérez, cuyos escaparates ya llamaban la atención tanto a niños como a adultos, y la tienda de La Gloria de las Medias. En aquel momento Carvajal ya supo anticiparse a su época, y ver que aquella calle se convertiría en una gran avenida comercial, incluso más importante que la Gran Vía. Javier Carvajal cambió la idea de las tiendas de lujo, ampliando e iluminando los escaparates y relacionando el interior de la tienda con el exterior, creando ese vínculo con el cliente ya desde la calle<sup>3</sup>, como se verá posteriormente a lo largo del trabajo.

Un tiempo después, tras el nombramiento por Bernar Arnaut de diferentes directores creativos, entre los que se encuentran el británico Stuart Vevers y J.W. Anderson, el dueño mayoritario de la firma, ha colocado siempre a la firma en un lugar privilegiado gracias a la línea de diseños que mantienen un equilibrio entre la vanguardia y la tradición entre la labor de los artesanos, la esencia inicial de la firma desde sus comienzos en el siglo XIX. Además Bernar Arnault ha renovado el lenguaje de la firma, le ha dado una identidad gráfica con la modificación del logo, y ha reinterpretado los bolsos clásicos de la firma Amazona y Flamenco, junto con las colecciones pret-à-porter, consiguiendo diferenciarse entre las grandes firmas de lujo que existen en la actualidad.

<sup>2</sup> Jiménez, I. (2008). El diseño de espacios para la sociedad de la moda plena. En: AA.VV. (Ed.), *Loewe años 60. Cuestión de estilo* (pp. 16-31). Pamplona, España: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra.

<sup>3</sup> María Eugenia Josa Martínez, Javier Antón Sancho], María Villanueva Fernández. 'La Serrano de Loewe. Javier Carvajal: análisis de proyecto arquitectónico'.



63. Escaparate tienda 'Mariquita Pérez' en Calle Serrano, 1940



64. Bolsos Amazona Loewe, creado en 1975



65. Bolsos Flamenco Loewe, creado en 1984



66. Bolsos Puzzle, creados en 2014

Una vez llegada ya la cuarta generación de la familia Loewe al mando de la firma, a mediados de los sesenta, centraron su estrategia en tres direcciones: continuar la expansión comercial, fomentar la producción pret-á-porter y renovar la colección de bolsos ya que eran la joya de la firma. En aquellos años las tiendas de Loewe no solo vendían productos suyos, sino también de otras firmas de lujo como Christian Dior, Chloé, Avagolf, pañuelos de seda de diseño italiano o maletas Samsonite. También empezaron a especializarse en confeccionar prendas de piel en sus fábricas. A su vez contó con la colaboración de diseñadores como Karl Lagerfeld o Giorgio Armani que diseñaron colecciones de su línea de cuero para relanzar la marca de Loewe como firma de moda.

No se puede hablar de la historia de Loewe sin mencionar a uno de sus icónicos bolsos como es el bolso Amazona, diseñado por Dario Rossi, en la colección Ante Oro. Este bolso empieza a marcar también un cambio en la sociedad, donde las mujeres ya empezaban a tener independencia económica y relevancia social, un bolso para llevar en cualquier momento y en cualquier lugar. El bolso se ha ido reinventando con el tiempo, pero no perdiendo nunca su esencia y elementos característicos como: las cantoneras, los refuerzos en esquinas, el candado, la llave que cuelga del bolso y el anagrama compuesto por cuatro L, logo de la firma, diseñado por Vicente Vela unos años atrás. Está fabricada con Napa 7000, considerada la piel de mayor calidad del mundo.

En el año 1984 nace otro de los bolsos más icónicos de la casa, el bolso Flamenco, y apareciendo también los pañuelos de la casa inspirados en el arte y las tradiciones españolas.

En 1988 Enrique Loewe Lynch creó la Fundación Loewe para institucionalizar el apoyo que Loewe ofrecía a la cultura española desde 1950. Dicha fundación continúa a día de hoy bajo la dirección de su hija Sheila Loewe, la cual sigue creando programas educativos a favor de las áreas de la poesía, danza, diseño, artesanía, fotografía y arquitectura. Hasta que en 2002 obtuvieron el máximo galardón concedido por el gobierno de España que es la Medalla de Oro al Mérito en las Bellas Artes.

En 1996 el grupo LVMH liderado por Bernar Arnault se hizo con la totalidad de la empresa, aunque cabe resaltar que ambas empresas estaban vinculadas desde en año 1986, cuando ya firmaron un acuerdo de expansión de la firma Loewe fuera de España. Por lo tanto a partir de 1996 ningún miembro de la familiar Loewe posee acciones de la firma ni control sobre ella. Sin embargo siguen realizando actividades relacionadas con la imagen pública de la empresa, y potenciar la Fundación Loewe.

Tras el nombramiento por Bernar Arnaut de diferentes directores creativos, entre los que se encuentran el británico Stuart Vevers y J.W. Anderson, el dueño mayoritario de la firma, ha colocado siempre a la firma en un lugar privilegiado gracias a la línea de diseños que mantienen un equilibrio entre la vanguardia y la tradición entre la labor de los artesanos, la esencia inicial de la firma desde sus comienzos en el siglo XIX. Actualmente, Bernar Arnault ha renovado el lenguaje de la firma, le ha dado una identidad gráfica con la modificación del logo, y ha reinterpretado los bolsos clásicos de la firma Amazona y Flamenco, junto con las otras colecciones, llegando hasta nuestros días con la gran calidad que ha caracterizado siempre a esta firma.



67. Enrique Loewe Knappe, nieto del fundador y responsable de la expansión de la marca en los años 50

## JAVIER CARVAJAL Y LOEWE



68. Pabellón español en la IX Trienal de Milán, 1951



69. Pabellón Español en la X Trienal de Milán, 1954



70. Pabellón Español XI Trienal de Milán, 1957

Javier Carvajal antes de comenzar a trabajar con la firma de Loewe ya había expresado sus inquietudes por el diseño de exposiciones en los Pabellones representativos para España, con un gran éxito y siendo galardonado en algunos de ellos. El arquitecto estaba muy implicado en la renovación del país en las distintas artes, y a todas las escalas, desde el diseño industrial de los objetos más cotidianos a los pabellones más representativos y su construcción. Fue entonces en 1957 y a causa de esa ambición de renovación cuando Carvajal constituyó la Sociedad de Estudios de Diseño Industrial (SEDI) junto a Luis Feduchi y Carlos de Miguel. Esta Sociedad se encargaba de la renovación de la imagen española, pero apoyándose en la larga tradición artesanal española.<sup>1</sup>

Loewe y Carvajal coincidieron en la XI Trienal de Milán de 1957, donde participó el arquitecto junto con José María García de Paredes, con el diseño del pabellón donde ganaron la Medalla de Oro del certamen.<sup>2</sup> En aquel evento Loewe también resultó premiado con la medalla de plata por los trabajos en cuero de su firma, que se habían expuesto precisamente en el Pabellón Español. Fue entonces después de esa exposición cuando Loewe contactó con el arquitecto para que participara en la modernización de los locales y de la imagen de la casa.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> F. Fariña Martínez, E. Colomé Montañés, A. Juárez Chicote "Crítica y humanismo en el pabellón de Nueva York de Javier Carvajal" 2020

<sup>2</sup> Javier Antón Sancho, Mariano González Presencio, "Dibujo y control. El trabajo de Javier Carvajal para Loewe", 2019

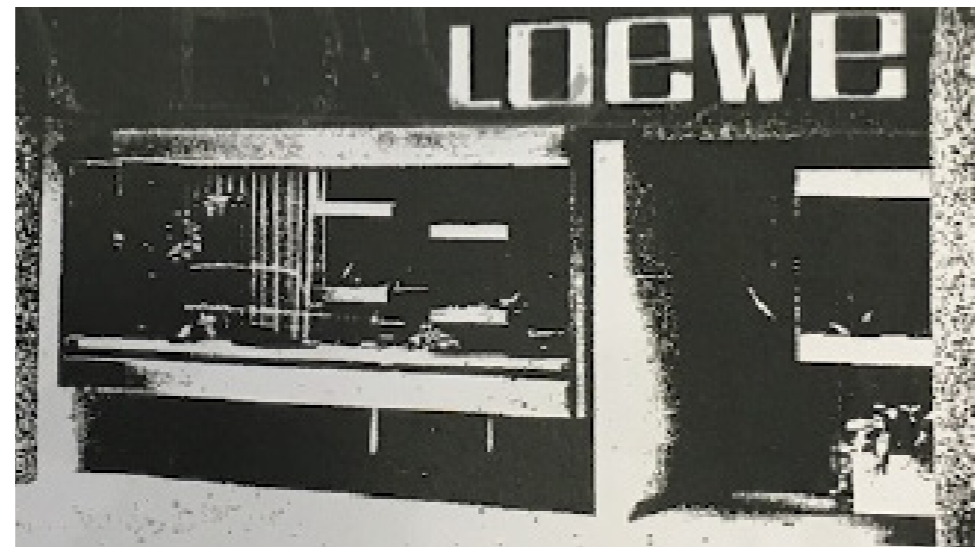
<sup>3</sup> Labarta "Carvajal y la voluntad de ser arquitecto, la construcción del proyecto y la belleza eficaz." 15



71. Enrique Loewe en la exposición del Pabellón de España en la feria mundial de NY de 1963



72. Fachada Hotel Presidente Barcelona



73. Fachada Loewe en Londres

Carvajal encontró la oportunidad perfecta con el diseño de la nueva imagen de Loewe para renovar la arquitectura y el diseño en la sociedad española.

Para el arquitecto el proyecto de la firma era un modo de experimentar de forma plástica y una manera de hacer arquitectura también desde el diseño más minucioso. Esta ambición no era un hecho aislado, ya que durante los años cincuenta estaba abierto el debate de la integración de las artes plástica y la arquitectura.

El arquitecto empezó a mostrar todas sus referencias tomadas en sus viajes anteriores por Europa y América y las cuales ya había empezado a mostrar en proyectos anteriores a los de la firma de cuero. Algunos de esos elementos que toma como referente es la Alhambra de Granada dentro del mundo de la arquitectura árabe. De ella tomó su modo de iluminación, sus sombras con sus contrastes, la variedad de ambientes que se creaban en su interior, y el contraste entre la tradición y la modernidad en su diseño.

El primer proyecto que hizo para Loewe fue en 1957 en la Calle Serrano, esquina con Jorge Juan, aunque no fue hasta 1959 que se inauguró la tienda, y se vio entonces el espíritu innovador que el arquitecto ya tenía, anticipándose a la época.

No se tardó apenas ni un año en aumentar las tiendas diseñadas por Carvajal para Loewe, pues en 1960 se inauguraron las tiendas en Bilbao en la Gran Vía, y en Barcelona la sede central para instalar sus oficinas junto con el Showroom. Tres años después en Barcelona se abrieron los centros de producción en serie en la Calle Aragón. Mientras tanto se habían abierto ya tiendas en Mallorca, Valencia, Granada, Sevilla y Canarias. Un año después se saltó ya al extranjero con un local en Londres.



74. Fachada Calle Serrano por J.Carvajal 1959



75. Edificio de oficinas y tienda showroom de Loewe en Barcelona

## 4. ANÁLISIS TIENDAS LOEWE

### MADRID

#### Calle Serrano, 1959

Después de la primera tienda en España de Loewe situada en la Gran Vía madrileña, la firma de lujo encargó el diseño de su nuevo local en la Calle de Serrano a Javier Carvajal, a la que le seguirían después una decena de diseños más. En aquel momento, Madrid estaba comenzando a crear un nuevo núcleo comercial, donde competían la Calle Serrano con la Gran Vía. El arquitecto transformó el estaclecimiento que había previamente, en una sala de exposiciones digna de los productos de gran calidad de la firma de Loewe.

Desde un primer momento, una de las características más peculiares que introdujo Carvajal, fue crear un escaparate pensado desde y para la arquitectura, siempre desde la idea de crear un espacio que conectara al cliente con la firma. Buscaba diseñar lugares expositivos permeables que permitiesen apreciar el interior desde la calle, como un segundo mostrador. De esta manera buscaba comunicar la imagen de la marca ya desde el interior hacia el exterior.<sup>1</sup>

Carvajal toma como punto de partida para el diseño de su tienda de Loewe en la Calle Serrano la composición de la tienda de Gran Vía, donde la fachada se entiende como un elemento lineal, marcado por la gran marquesina que cubre toda la fachada. Este elemento horizontal se compone por dos elementos un 'filtro mobiliario' y un 'filtro escena'.<sup>2</sup>

A pesar de que el local se encuentra en la esquina entre la Calle Jorge Juan y la Calle Serrano, ambas con escaparates, es en esta última calle donde se ubica su acceso principal. Su fachada

<sup>1</sup> María Eugenia Josa Martínez, Javier Antón Sancho], María Villanueva Fernández. "La Serrano de Loewe. Javier Carvajal: análisis de proyecto arquitectónico" (Tesis de investigación, Isem fashion business school, Universidad de Navarra, Pamplona, 2016)

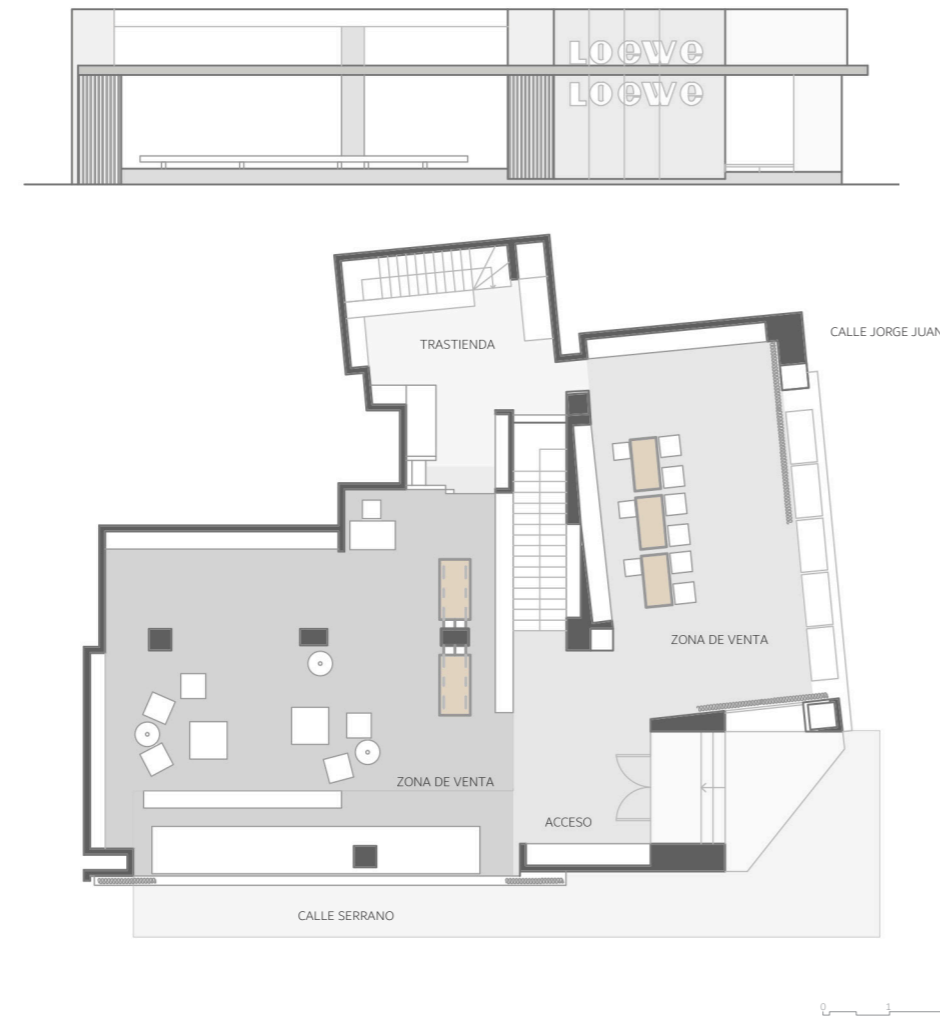
<sup>2</sup> Elena Pérez Blanco, "El escaparate y la incorporación de las nuevas tecnologías: Casos de Estudio Roca y Loewe". (TFG, Tutora María Jesús Muñoz Pardo, ETSAM, Madrid, 2017), 13-80



76. Calle Serrano en el cruce con Goya, años 50.

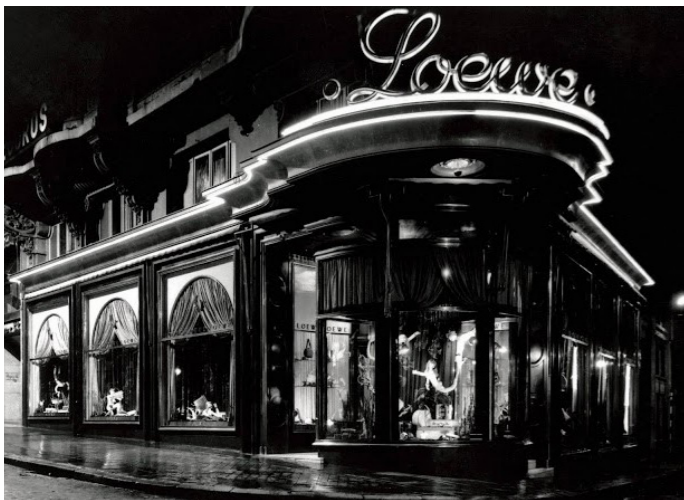


77. Acceso a tienda Loewe en la Calle Serrano



Alzado Loewe a Calle Serrano, Madrid  
Javier Carvajal, 1959

Planta local Loewe Calle Serrano, Madrid.  
Javier Carvajal 1959



78. Fachada Loewe en Gran Vía  
Arquitecto Francisco Ferrer Bartolomé, 1956

está compuesta con una ligera marquesina, la cual protegía al escaparate de la lluvia, y permitía que la luz artificial de éste, no ascendiera por el frente del edificio, resaltando también así sus vitrinas por la noche.

El escaparate se encontraba articulado en dos frentes, separados por un pilar situado en la mitad: el espacio expositivo de la derecha de menor tamaño y proporción cuadrada, y el de la izquierda, en el que se disponían los productos como una pequeña caja escénica, donde los protagonistas eran los artículos expuestos. Las vitrinas de madera sin fondo encuadraban el espacio interior que se apreciaba a través de ellas.

El acceso se produce de manera indirecta, oculta con un paramento de mármol hacia la calle principal. La marquesina volada acompañaba a la entrada, comprimiendo el acceso para dar lugar a un espacio mayor sección en el interior, con el que el arquitecto buscaba un efecto sorpresa. Debido a la cornisa y a la marquesina las tiendas de Loewe en Gran Vía y en Serrano presentan una gran similitud. En ambos locales la marquesina refuerza la imagen del establecimiento situado en el cruce de las dos calles, donde la pieza de entreplanta se entiende como una prolongación del hueco de la fachada.

Una vez en el interior del local, se aprecia un diseño del ambiente moderno y sobrio. Los acabados con los que nos encontramos, a grandes rasgos, son en madera nogal, mármol verde en los puntos de acceso, y mármol rosa para revestimientos de pilares, combinados con acero en algunos puntos. El arquitecto parece querer construir un interior continuo, y a pesar de crear dos espacios diferentes de venta, consigue unirlos con el mobiliario, situando las vitrinas expositivas a lo largo de todas las paredes. En las partes superiores de dichas vitrinas se sitúa espejos, con lo que consigue dar una sensación de mayor amplitud y continuidad.

El primer mueble que nos encontramos en la tienda, que vamos a proceder a analizar, son las mesas expositivas, empotradas a un pilar del local. Las columnas en el conjunto de la planta también sirven para dividir los espacios, ya que Carvajal juega con ellas al situar los muebles. Esta pieza expositiva, compuesta por dos compartimentos idénticos, tiene como fin exponer artículos más finos y delicados, como joyas o bisuterías de pequeño tamaño. Su material principal es la madera nogal, siguiendo la composición del resto del local, y el vidrio para poder mostrar sin manipular en exceso los productos. Si observamos minuciosamente este elemento expositivo, se aprecian las uniones macladas entre ambas piezas de madera, aunque su diseño limpio parece responder a la intención del arquitecto de mostrar esas uniones. A pesar de que ambas piezas presentan un diseño sobrio y de formas rectangulares, llama particularmente



79. Mesas empotradas a pilar junto con las 'Sillas Loewe'.

la atención cómo Carvajal consiguió resaltar el elemento, simplemente con el detalle de anclar ambos expositores a un pilar preexistente, integrando definitivamente el mueble en el diseño del local.

En el mismo lugar de venta de la tienda de Serrano, se encuentra uno de los muebles más particulares que ha diseñado el arquitecto, la vitrina para exponer lo que el propio Carvajal denominó "bisutería fina". Esta zona expositiva tan particular está compuesta por un pilar que va de suelo a techo de planta hexagonal y de reducido diámetro, junto con tres módulos de la misma forma. Las piezas se forman por un hexágono en la parte inferior de madera, donde se encuentran los artículos de bisutería y sobre el que dispone una pieza de vidrio, para recubrir los artículos expuestos. El módulo se repite a diferentes alturas a lo largo del pilar, y se disponen a una altura cercana al punto de vista de una persona de pie, fomentando esta idea de 'capricho' y elemento exclusivo que representa la 'bisutería fina' de una marca como Loewe.

El segundo espacio de venta del local parece algo más íntimo, donde el trato con el cliente es más particular, de ahí el diseño del siguiente mueble: la mesa expositora repetida tres veces en el interior. La línea de diseño que tiene esta pieza es la misma que la vitrina expositora empotrada en el pilar, bases de madera nogal y zona superior de vidrio. Su diferencia, con la pieza de exposición que se encuentra en la parte de acceso de la tienda, es que aquí el mueble presenta unas patas de apoyo, las cuales siguen teniendo la misma línea sobria, de sección rectangular, haciendo que pasen desapercibidas y nos fijemos en lo esencial de la pieza, los elementos que en ella se exponen. Junto a este espacio de venta, también se encuentra el segundo escaparate que da a la calle Jorge Juan, con los grandes ventanales de vidrio donde se puede apreciar el interior ya desde fuera, lo que crea esa unión entre interior y exterior.

Una de las piezas más icónicas que diseñó Carvajal para la firma de lujo fue el Sillón Loewe, el cual creó en un primer momento exclusivamente para la tienda de Madrid. Es un asiento de alta calidad y sofisticada estética, la cual acompaña a los productos de marroquinería de la firma. La pieza muestra una serie de cintas de cuero como decoración del asiento. El cuero es el material principal desde el primer día de la casa Loewe, de ahí que esté presente en este sillón. Más tarde se incorporó esta butaca en el resto de las tiendas de la marca, según iban abriendo locales en España junto con el resto de asientos también diseñadas para la ocasión, extendiendo la imagen de marca en cada local de la firma.



Modelo de Vitrina para bisutería fina. Dibujo de la autora.



80. Conjunto de mesas expositores junto a Sillas Loewe en Serrano



Fachada de Gran Vía  
Javier Carvajal, 1962



Planta de acceso Bilbao  
Javier Carvajal, 1962



## BILBAO

### Calle Gran Vía, 1962

Tras el proyecto de la calle Serrano, se le encarga a Carvajal la tienda de la ciudad de Bilbao, situada en la Gran Vía de la ciudad vasca. En ella siguió el mismo lenguaje que en la de la Calle Serrano, con unos exteriores propios de la arquitectura de estilo nórdico. La fachada está compuesta con acabados de ladrillo, mármoles fríos, vidrios y metal. Carvajal de nuevo realiza un frente que funciona como elemento de unión entre la tienda y la calle, como forma de reclamo del viandante. En un artículo escrito por Juan Daniel Fullaondo<sup>1</sup>, el arquitecto nos relata cómo “el espacio de la calle se prolonga hacia el interior sin ninguna frontera clara. Frontera que está sólo sugerida por el vidrio. Tiendas extravertidas.”

En el caso de este escaparate, nos encontramos con una aproximación de forma cruzada y no directa, algo que se repetirá también en el caso del local de Mallorca. El arquitecto quiere conseguir un tránsito hacia el interior que fuese fácil de plantear, con grandes paños de vidrio, y que permitiesen una vista atravesada del local.

En los planos originales de Carvajal del año 1962, plantea una marquesina que protege tanto la delantera, como la zona de acceso, de la lluvia. Aunque este no era el único motivo del diseño de éste, sino que al igual que en el caso del local de Serrano, tenía una función estética. Creaba una escenificación con la luz del escaparate y la fachada del edificio superior oscura, en la que sólo destacaba el rótulo de ‘Loewe’.



81. Fachada Loewe Bilbao, 1960



82. Interior de la tienda de Bilbao



83. Silla Granada. Ubicada en las tiendas Loewe.

Hablando de su propia obra en los locales de la firma, Carvajal dijo: “En el valor espacial de la arquitectura influyen la luz y la disposición de las sombras, el color, e incluso nuestra misma expectación determinada por el espacio que acabamos de abandonar.”<sup>2</sup>

En este escaparate aparece una cortina, la cual permitía, a los trabajadores de la tienda, controlar la visión del escaparate y tener privacidad a la hora del cambio de la colección. Las piezas de madera que componen el interior continúan hasta el techo, conviniéndose con las losas de granito del pavimento, creando así un paralelismo entre la calidez y la frialdad entre ambos materiales.

El arquitecto, una vez más, vuelve a buscar la interacción con el cliente ya desde la calle. Crea una vitrina que tiene función expositiva tanto para el escaparate como con el interior, sirviendo de sujeción al propio muro que se encuentra en la fachada. Busca la fluidez en el espacio con la omisión de las patas en el mobiliario, como también ocurría en la mesa expositiva de Madrid, o el corbatero que veremos en Mallorca.

El local se divide en dos plantas, aunque el lugar principal de venta se encuentra en la de la zona de acceso, dejando así la parte alta para el taller y la dirección. Como excepción, en la parte alta también podemos encontrar un espacio reservado para algunos artículos de playa. Vemos cómo el arquitecto se adapta a los productos que se deben exponer, no sólo con los productos de turistas, sino que también diseña en este local unas piezas para la exposición de raquetas, esquís, corbatas...

A la hora de articular el espacio interior, Carvajal hace uso de las piezas que ya había utilizado en la primera tienda de Madrid como es la mesa expositora, acompañada por la Silla Loewe. Este mueble construido en nogal y cinchas de cuero por Biosca<sup>3</sup>, condensaba en sí mismo los rasgos de la firma, independientemente del local de Loewe en el que se ubicara.

En la totalidad de las paredes del establecimiento se ubicaron vitrinas para crear un espacio fluido en el resto de la planta, ya que la tienda era de forma alargada y no se podían ubicar apenas muebles sin interrumpir el recorrido. Sólomente nos encontramos con unas pequeñas piezas de exposición de raquetas y de esquís junto con las mesas en el centro del espacio de venta. Esto creaba un ambiente más abierto y la posibilidad de poder observar los objetos expuestos con claridad.

Según recorremos la tienda más hacia el interior nos encontramos las zonas más privadas, como son el despacho, los probadores y el almacén, hasta llegar al punto de las escaleras para

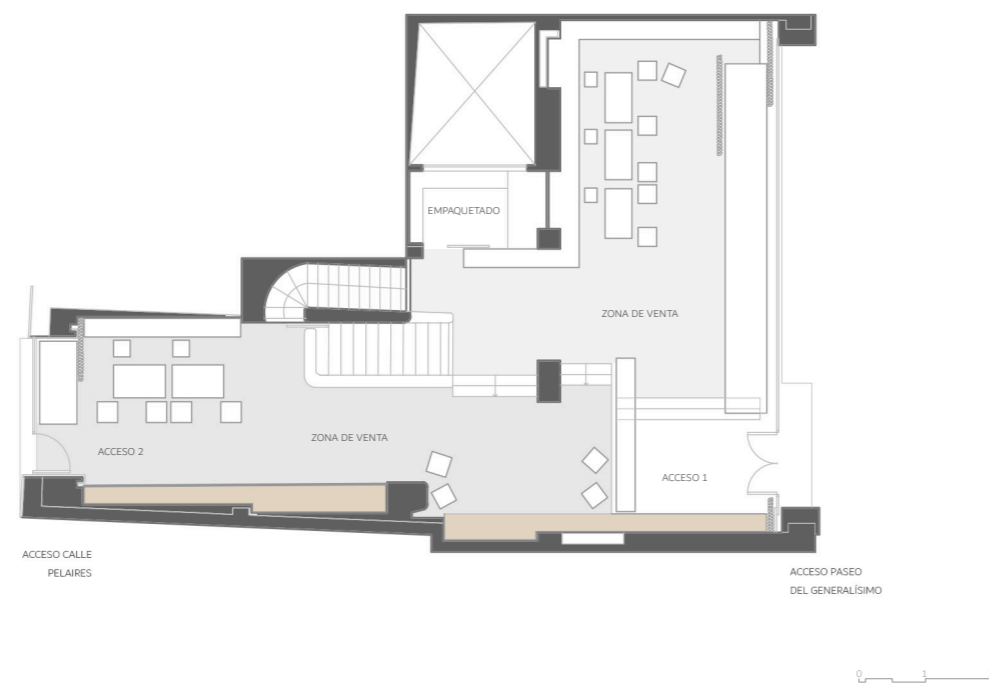
acceder a la parte superior. En esta zona aparece la zona de venta reservada para los artículos de playa, con su correspondiente vitrina.

Finalmente, uno de los muebles que nos encontramos en Bilbao, es la mesa para la cajera, con función también de empaquetado. Ésta, se encuentra nada más acceder al local, o lo que es lo mismo, a la salida de la tienda. Su diseño sigue unas líneas sobrias una vez más, con ángulos rectos y piezas geométricas rectangulares. La totalidad del mueble es de madera. El tablero es de pino tratado con “fibrotec” y barnizado con poliéster mate. Estos datos aparecen en los planos propios de Carvajal, donde se aprecian cómo describe con increíble minuciosidad cada detalle y material de la totalidad de su proyecto. Esta pieza, a parte del tablero y sus patas, está compuesta por unas baldas en la zona izquierda y unos cajones en la parte derecha, para poder almacenar lo necesario del comercio propio de una mesa de cajera.



Modela mesa cajera de la tienda de Bilbao. Dibujo de la autora.

Fachada por Calle Pelaires  
Javier Carvajal, 1962



Planta de acceso Loewe Palma de Mallorca  
Javier Carvajal, 1962

## Palma de Mallorca Avenida Jaume, 1962

Después del gran éxito que estaban teniendo el diseño de los locales de Carvajal, en 1962 el arquitecto vuelve a diseñar un local para Loewe, esta vez en Palma de Mallorca, ciudad por excelencia de turismo. En este proyecto, él tenía el reto de configurar una planta a diferentes alturas que tienen acceso desde dos calles totalmente opuestas.

A pesar de tener dos fachadas, trabaja con ellas con un mismo concepto, y es atraer al cliente ya desde la calle, creando en ellos una iluminación indirecta, junto a un cortinaje y cuya composición permitiese sugerir, sin llegar a mostrar. Crea una luz puntual e indirecta en el escaparate, todo para resaltar los productos frente a los grandes planos de luz difusa en el interior para hacerlo acogedor. Trata la fachada como una galería comercial, y que se apreciase el exterior como imagen de modernidad.<sup>1</sup> Él diseña hasta la tipografía de los rótulos que están presentes en la zona superior de la entrada.

En el interior del local encontramos dos zonas de venta, que se definen por la diferencia de altura. A pesar de encontrarse a distinta cota, ambas están compuestas por el mismo mobiliario. Las mesas expositoras junto con las Sillas Loewe, están acompañadas en su parte trasera de vitrinas expositoras. Éstas, se encuentran en la mayoría de los locales que diseñó Carvajal, estableciendo una tipología que el arquitecto va a nombrar como 'Vitrinas tipo A'.

Otra de las piezas que diseñó el arquitecto en exclusiva para los locales de Loewe, fue la butaca Loewe, diseñada en principio para Madrid, pero que posteriormente se repetiría en el resto de las

<sup>1</sup> Martínez, Sancho, Fernández. "La Serrano de Loewe. Javier Carvajal: análisis de proyecto arquitectónico". 16



84. Interior local en Calle Serrano Madrid. Vitrina tipo también diseñada para el local de Mallorca



85. Butaca Loewe, ubicada en tiendas Loewe

tiendas. Las distribuye por el interior de forma que crea divisiones de venta y de reunión que hacen posicionar el establecimiento como un verdadero espacio social dedicado a la artesanía y el arte, en los que el cliente usa el espacio tanto para comprar un artículo como para mantener una conversación.

A la hora de pensar en el conjunto del mobiliario, el arquitecto tuvo claras referencias de que se trataba de una ciudad turística. Esto se refleja muy bien en una de sus piezas clave, la vitrina para maletas. En esta pieza, se aprecia que es la combinación entre la vitrina tipo, situada en la parte derecha, y entre la zona de la vitrina diseñada exclusivamente para colocar maletas, en la parte izquierda del conjunto. Una vez más vemos cómo en un local de una ciudad costera reserva un lugar concreto para los artículos de viaje, pero esta vez adosándolo a una vitrina tipo, y no creando un mueble específico como en los casos de Valencia y Bilbao. A pesar de que esté compuesto por dos módulos diferentes, el arquitecto consigue unirlos usando las mismas técnicas, como son baldas alargadas de forma rectangular sencilla y misma altura en ambos.

La vitrina se ubica dentro del local en una de las paredes principales a lo largo de la planta. Hace también de nexo entre las dos zonas de la tienda, dada su longitud y que comienza en uno de los accesos, aunque de carácter más secundario. Ésta se puede observar desde el exterior, lo que crea una vez más ese vínculo de unión entre la calle y los productos del interior.

Otro de los muebles que nos encontramos diseñado por Carvajal en este establecimiento es la vitrina lateral de la entrada. La peculiaridad de esta pieza es que se adapta a la diferencia de altura de la planta y une la zona del acceso con la zona de venta. Una vez más, el arquitecto utiliza el mobiliario para la composición del conjunto del local. La composición en sí de la vitrina sigue las mismas líneas que el resto de las vitrinas, baldas rectangulares y acabados en madera de roble. Vuelve a crear una pieza uniendo dos módulos diferentes y cada uno con una función y situación distinta: uno para exponer y otro para almacenar.

A diferencia de las demás mesas que hacían de mostrador, este no tiene un espacio para exponer artículos de menor tamaño en su interior y con un elemento de vidrio para apreciarlos. También encontramos como diferencia que es más alargado, para tratar de abarcar dos zonas diferentes de la tienda y no sólo a un espacio en concreto.

Como ya hemos mencionado con anterioridad, Carvajal quería crear piezas expositivas que se adaptaran a la perfección al producto que se vendía en el local, y por ello llegó a diseñar

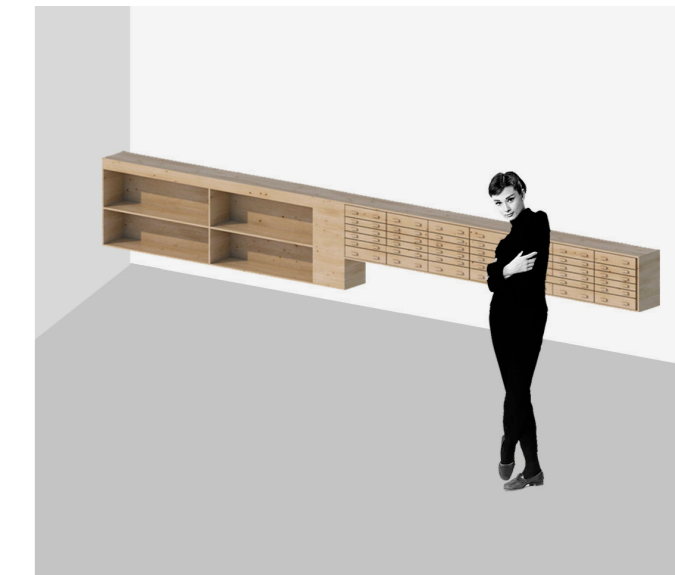
Modelo de vitrina para exposición de maletas de Mallorca.  
Dibujo de la autora.

alguna pieza exclusiva para un producto en concreto. Esto es el caso del diseño del corbatero, únicamente creado para exponer el accesorio por excelencia de los hombres.

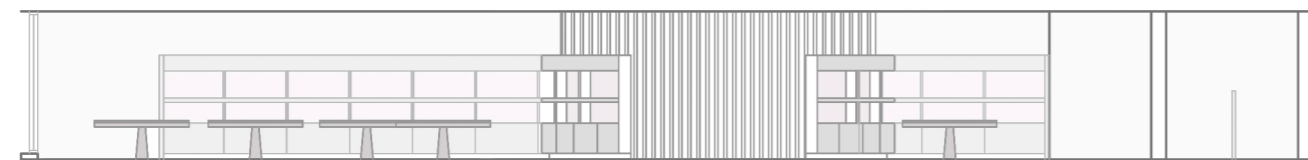
Con el corbatero, el arquitecto usó formas geométricas básicas, como es el cuadrado y el cubo. Hace una propuesta con marcadas aristas, potenciando así sus formas racionalistas. Diseña dos cubos, donde en uno se coloca la corbata y otro lo empotra a la pared, siendo este su único apoyo. La pieza la hace de madera, y ubica varios modelos de éste en una pared. Esta pieza la encontramos también en el local de Bilbao, aunque en vez de en una pared, la sitúa en una estructura auxiliar junto otros complementos, como son las raquetas y los esquís.

En ambos casos se encuentran siempre repetidas las piezas, aunque con pocas unidades, ya que quiere crear esa sensación de exclusividad de los artículos, y sencillez en los espacios.

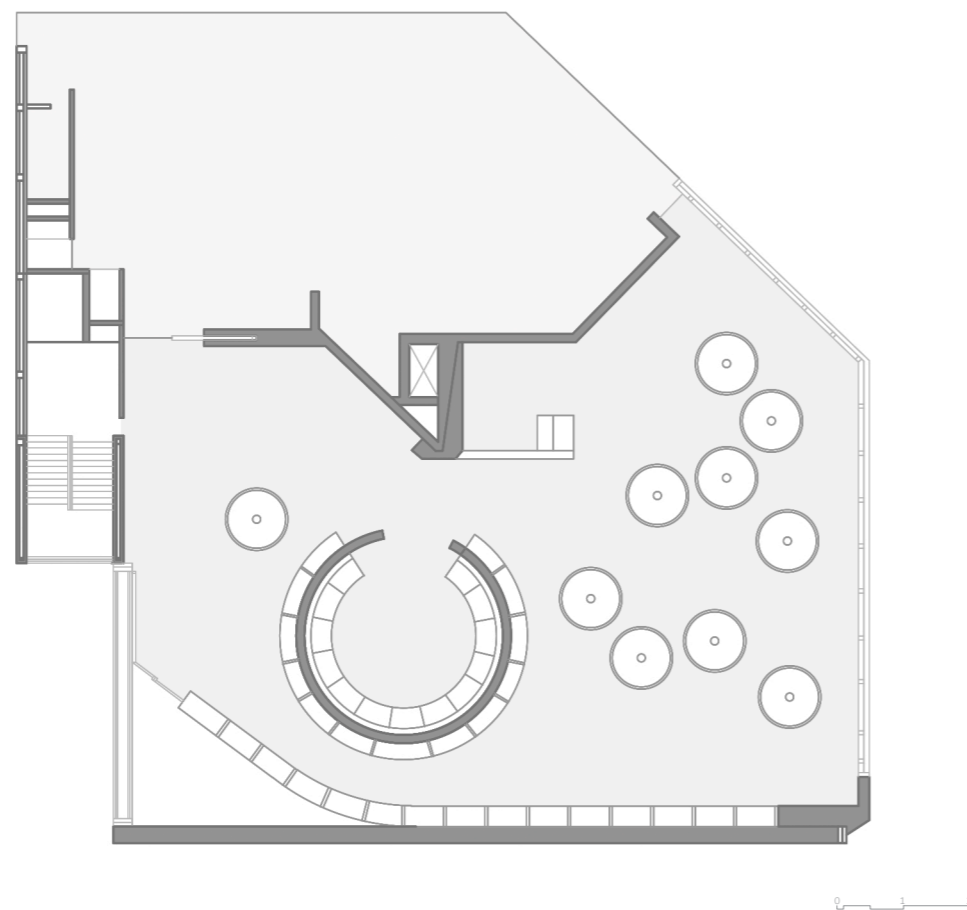
Una de las piezas vistas con anterioridad y que se repiten en el interior de esta tienda es la mesa expositiva, donde vemos que está tres veces y situada en un lugar amplio de venta acompañada de la silla Granada, mueble por excelencia.

Modelo de vitrina lateral baja en tienda de Mallorca.  
Dibujo de la autora.

Modelo de corbatero en Loewe de Mallorca. Dibujo de la autora.



Alzado interior del Showroom, Barcelona  
Javier Carvajal, 1963



Planta del Showroom, Barcelona  
Javier Carvajal, 1963

## Barcelona Calle Aragó, 1963

Poco después del nuevo diseño de la tienda de Loewe en la Calle Serrano, y dada su gran demanda, se abrió el gran edificio de Loewe en Barcelona en la calle Aragó, compuesto de 8 plantas más semisótano. Otro de los motivos por lo que le llevaron a Loewe a su construcción fue debido a que los hermanos que estaban en posesión de la marca se dividieron la gestión entre Madrid y Barcelona, uno en cada ciudad. En este edificio de la capital catalana, se albergan tanto la zona de fabricación, instalaciones de relación social (zonas de exhibición y showroom) y la zona de administración, situándose esta última en las plantas más altas del complejo.

El edificio, como en el caso de Madrid, no se iba a ubicar en una calle cualquiera, sino en una de las zonas de industria más importantes de la ciudad condal. Se eligió el Ensanche de Barcelona, y más concretamente en un bloque en forma de chaflán en la parte baja. Esta peculiaridad geométrica a la hora de proyectar la planta no era nueva para Carvajal, ya había trabajado con el diseño del local de Loewe en Madrid, también en chaflán.<sup>1</sup> En este caso había una peculiaridad, y es que él no lo alineó con la línea existente superior como en el caso anterior, sino que separó la fachada de la planta baja y primera.

En estos primeros pisos, era donde se encontraban los puntos más concurridos por el público en la tienda, como son la caja, el lugar de espera y el showroom, a diferencia de las zonas de



86. Acceso en chaflán al edificio en Barcelona



87. Zona de producción de bolsos en el edificio de Barcelona

1 Javier Antón Sancho, Mariano González Presencio, "Dibujo y control. El trabajo de Javier Carvajal para Loewe", 2019



88. Recorridos interiores de la fábrica-showroom Barcelona, fotografía por Catalá Roca.

administración ubicadas en las plantas superiores y con unas aperturas en su fachada más tradicionales.

En esta fachada, el arquitecto combina placas de fibrocemento en las plantas superiores y hormigón abujardado en las dos inferiores combinándolo con amplios paños de vidrio y sutiles cortinas en la primera planta, con el showroom y la sala de exposiciones. A pesar de tener la peculiaridad de estar elevado del plano de la calle, vuelve a buscar esa relación entre la calle y el interior.<sup>2</sup>

Dada la particularidad funcional que tiene el edificio, y encontrándose en él tanto la parte de tienda como de administración, la zona de acceso del público se encuentra en el lado totalmente opuesto al del acceso de los despachos.

Respecto al diseño interior de este edificio, en todo él se ve una vez más cómo juega siempre con las composiciones geométricas y los encuentros entre los diferentes elementos. El ambiente que se aprecia es de un diseño en su totalidad, con materiales nobles en piel y piezas de mobiliario diseñadas expresamente en el proyecto, no sólo para la parte de venta, sino también para la parte de las oficinas y del taller que componen este edificio. Las áreas de producción del edificio son puramente racionalistas, aprovechando así el máximo espacio.<sup>3</sup>

Una vez pasamos a la primera planta, encontramos el showroom y la zona de exhibición de bolsos y demás artículos de la firma, al que se le quiere dar ese carácter de zona de desfile y exposición, por lo que las zonas de caja y probador se ocultan, dejando la totalidad del espacio diáfano. El cliente adquiere una posición de protagonista, donde recorre el camino al probador mientras que observa las vitrinas expositivas que se encuentran en el perímetro de la tienda.

El showroom presenta unos acabados en madera y con formas apenas vistas hasta entonces en España, con claras referencias a obras americanas de prestigiosos arquitectos. El pavimento se compone de piezas de terrazo, con un color uniforme, mientras que el techo está modulado siendo un late motiv en todos los locales. Respecto a los detalles de menor escala del proyecto, Carvajal siempre sigue su línea racionalista. En el showroom se aprecia cierto ápice de “barroquismo” geométrico, pero siempre consiguiendo una uniformidad en el diseño de la planta. El arquitecto es capaz de crear estancias de marcada versatilidad y sutileza en los espacios, capaces de crear una atmósfera semicerrada, para momentos más íntimos y muestras

<sup>2</sup> Julia Barrueco Ecijano, “Arquitectura, diseño y arte en las tiendas de Carvajal para Loewe” (TFG de Grado. E.T.S.A. Universidad Politécnica de Madrid, 2019)

<sup>3</sup> Sancho, González, “Dibujo y control. El trabajo de Javier Carvajal para Loewe”, 19



89. Hombres esperando en el local de Barcelona

privadas de su colección prêt-à-porter, una colección más exclusiva que su firma empezaba a ofrecer. A pesar de querer crear espacios privados, los crea siempre con un ambiente cálido, conseguido por la elección de los colores de sus materiales.

Carvajal como en el caso de otras tiendas, no deja ningún elemento sin pensar. En esta planta también nos encontramos sus diseños de lámparas circulares, acorde al proyecto que hizo para dibujar los muebles más emblemáticos de este local. En las imágenes que se muestran, vemos cómo la colocación de los artículos juega un papel fundamental en la armonía conseguida en el interior del edificio. Se ven cómo pocos objetos, bien colocados pueden llegar a dar una imagen de exclusividad y calidad, no sólo en el propio artículo, sino en la imagen global de la empresa.

En esta planta se ve una vez más el uso que hace el arquitecto de las figuras geométricas, esta vez de la circunferencia, tanto en las mesas expositoras, como en las vitrinas y los muebles. Podríamos dividir el local en tres espacios diferentes: la zona de muestras, la zona de desfile y el probador.

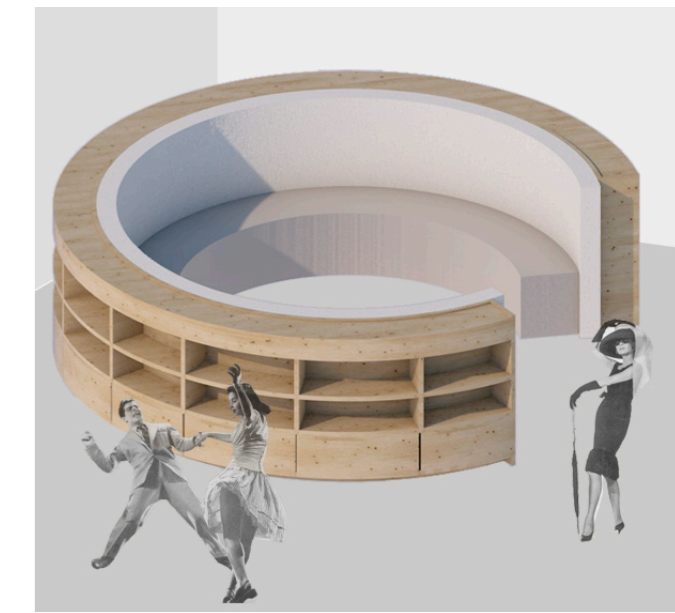
En este ambiente lo que está claro que no pasa desapercibido es la gran pieza mueble compuesta por un lado por unas vitrinas de planta circular y por el lado interior un sofá de forma circular que rodea toda la pieza expositora. Esta gran pieza está vinculada a través de una cortina que hace de barrera, lo que nos recuerda también a la cortina que Carvajal usa en las fachadas de las tiendas a la hora de buscar intimidad. Esta pieza de gran tamaño, alberga, también en su interior, un espacio de desfile, el cual está pensada para crear un ambiente íntimo y relajado, donde poder pasar un tiempo observando y eligiendo los artículos de la firma.<sup>4</sup>

El diseño que tiene la vitrina, aquí de forma circular, es el diseño que ha seguido también a la hora de diseñar las otras vitrinas expositoras, con baldas a media altura y partes más cerradas con puertas en la zona inferior, siendo éstas también de madera nogal. Pero lo que tanto llama la atención es cómo crea las vitrinas de manera circular y redondeada en su totalidad. En el diseño de piezas como estas se aprecia una vez más cómo el arquitecto se implicó al máximo en la colaboración con Loewe y diseñó sus tiendas a todas sus escalas.

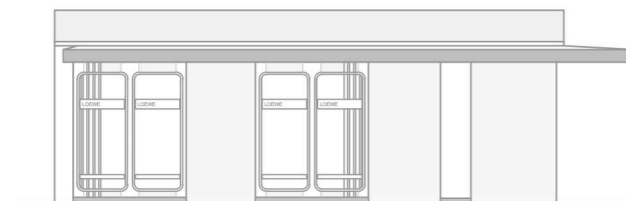
<sup>4</sup> Barrueco, “Arquitectura, diseño y arte en las tiendas de Carvajal para Loewe” 2019



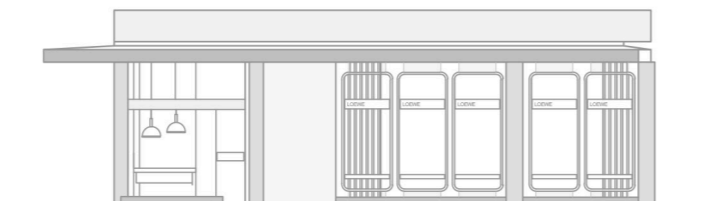
90. Zona Showroom Barcelona  
Fotografía por Catalá Roca



Modelo del mueble showroom de Barcelona. Dibujo de la autora.



Fachada Calle de Salvá, Valencia  
Javier Carvajal, 1963



Fachada Calle del Poeta Querol, Valencia  
Javier Carvajal, 1963



Planta acceso local Loewe en Valencia  
Javier Carvajal, 1963

Calle del Poeta Querol

## Valencia Carrer del Marqués, 1963



91. Fachada de Loewe en Valencia en 1963

Tras la inauguración de las tiendas de Madrid, Bilbao, Palma de Mallorca, Granada, Las Palmas de Gran Canaria y Sevilla, se inaugura en 1963 la tienda de Loewe en Valencia. Una vez más y como encontramos en los casos de Madrid y Bilbao, se escoge un local en esquina, situada en la Calle del Poeta Querol en su inserción con la Calle de Salvá. Ésta última, se convertiría un tiempo después en la principal calle comercial de la ciudad, algo que Carvajal, una vez más supo preveer, como ya predijo con la Calle Serrano.

Las claras referencias escandinavas de Carvajal se aprecian una vez más, con la elección de los colores rosa y marrón, y la elección de los materiales, como son la madera y el textil. Da importancia a la iluminación tanto en sus escaparates como en su interior.<sup>1</sup>

Este proyecto, al ser de los últimos realizados por el arquitecto, podemos ver claros elementos repetidos ya en los otros locales, como son en el de Madrid y el de Bilbao. Al situarse en un chaflán, una vez más tenemos dos escaparates a dos calles diferentes. En ambas delanteras, se muestra una permeabilidad entre el interior de la tienda y la calle, propio de lo que buscaba Carvajal, y a su vez un material expresivo, también particular del establecimiento de Bilbao.<sup>2</sup>

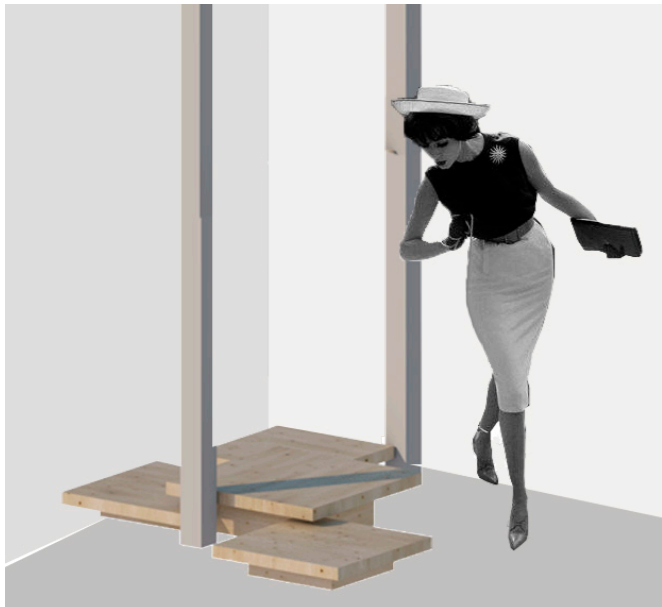
Las dos fachadas estaban compuestas por una repetición modular de piezas de hormigón prefabricado que hacían de expositores independientes. Estos expositores estaban rodeados de



92. Acceso al local de Valencia en la actualidad.

<sup>1</sup> María Eugenia Josa Martínez, Javier Antón Sancho, María Villanueva Fernández "La tienda como proyecto global: Loewe en Valencia" (Revista de Arquitectura de la Universidad CEU San Pablo, Madrid, 2018), 77-88

<sup>2</sup> Antón, González, "Dibujo y control. El trabajo de Javier Carvajal para Loewe", 19



Modelo baldas de exposición entrada Valencia. Dibujo de la autora.

un marco, lo que le hacía parecer levitar y así aumentaba la idea de elemento expositivo. Los artículos de piel expuestos en él se situaban en la zona inferior del escaparate, permitiendo así la permeabilidad entre el exterior y el interior. Una vez más encontramos las cortinas como elemento de intimidad para resguardar la tienda.

El proyecto de Loewe en Valencia se divide en dos plantas. En la planta de acceso se sitúan los productos de piel, bolsos y pequeños artículos de marroquinería, mientras que en la planta sótano se encuentran las maletas y la ropa, con la misma distribución que la de la tienda Serrano en la capital. Carvajal lo diseña de tal forma que se pueda optimizar el espacio al máximo, usando así todo el perímetro de la tienda, y dejando más hueco libre para circular por todo el local y observar los artículos expuestos, planteando el espacio como si se tratase de un museo al que visitar y ver sus obras.

La planta de ingreso del local, está compuesta de tal manera que el único espacio principal está delimitado por las vitrinas situadas a lo largo de las paredes. Buscaba simular densos paramentos o revestimientos donde exponer los artículos en venta. El proyecto pretende conseguir un contraste entre plantas muy fluidas de suelos continuos y paramentos horizontales escultóricos, como el acabado tallado de escayola del techo, el cual proporciona una gran densidad y sensación de protección hacia el cliente.<sup>3</sup>

En este caso concreto, encontramos piezas de mobiliario de mucha variedad geométrica. Nada más acceder al interior del local nos encontramos el mueble de forma escultórica, como son las baldas de exposición, con planta cuadrada. Están situadas a diferentes alturas, y en ellas se exponen los artículos de viaje, como maletas y neceseres. Nos encontramos con el mismo ejemplo que en el caso de Bilbao, al ser una ciudad típica de turistas, los artículos de viaje son un imprescindible, y Loewe lo hacía ver en sus tiendas. A diferencia con la pieza que nos encontramos en Bilbao, de planta hexagonal, estas bandejas son de planta cuadrada.

Esta pieza mueble, a parte de las bandejas, las cuales varían de tamaño unas de otras, lo forman unos pilares también de planta cuadrada que van ancladas de suelo a techo. A pesar de tratarse de un local con una planta de forma irregular, Carvajal consigue diseñar un mueble con piezas regulares que se adecuaba totalmente a su disposición en el interior.

Según avanzamos al interior de la tienda, nos encontramos con una gran variedad de formas en las que se exponen los productos. Una vez más aparecen las mesas vitrinas expositoras,

acompañados, una vez más, de la Silla Loewe, con unos estantes para exponer objetos más pequeños y delicados.

Es el caso de la vitrina mueble que va de suelo a techo, no sólo se diseña para exponer, sino que tiene integrada dos puertas, las cuales tienen la función de separar la zona de venta del local, con la de la trastienda. Este mueble por lo tanto está totalmente integrado a los paramentos del suelo, de los muros e incluso a las carpinterías del establecimiento. Cada lado de la vitrina está diseñado según una función. El situado en la cara de la zona pública con forma hexagonal, tiene función expositiva, mientras que las baldas en la trastienda tienen función de almacenaje.

El arquitecto vuelve a usar formas geométricas llamativas, como es el hexágono, para atraer la atención del cliente y que observe los artículos en él expuestos, ello lo acompañaría también la iluminación que incorpora la pieza mueble. Por otro lado, en la cara más privada de la vitrina, nos encontramos las baldas de planta rectangular, donde también incluiría la instalación de la iluminación y servirían de almacenaje.

Como en los casos anteriores vemos cómo los muebles tienen también función separadora de los diferentes espacios que encontramos en el local. En este ejemplo llega a integrarlos en su totalidad, ya que los une a través de las carpinterías, como en el elemento de la vitrina, y de los pilares en el caso de las bandejas.

En la actualidad, se pueden observar cómo en la tienda siguen remitiendo a diseños de muebles con claras referencias del proyecto original de Carvajal de 1963, con formas cuadradas y acabados en madera y vidrio, como es el caso de la mesa expositora. También la acompañan vitrinas en el fondo con baldas a diferentes alturas y de forma rectangular.



Modelo vitrina expositiva de Valencia. Dibujo de la autora.



93. Mesa expositiva con sillas Granada de Serrano

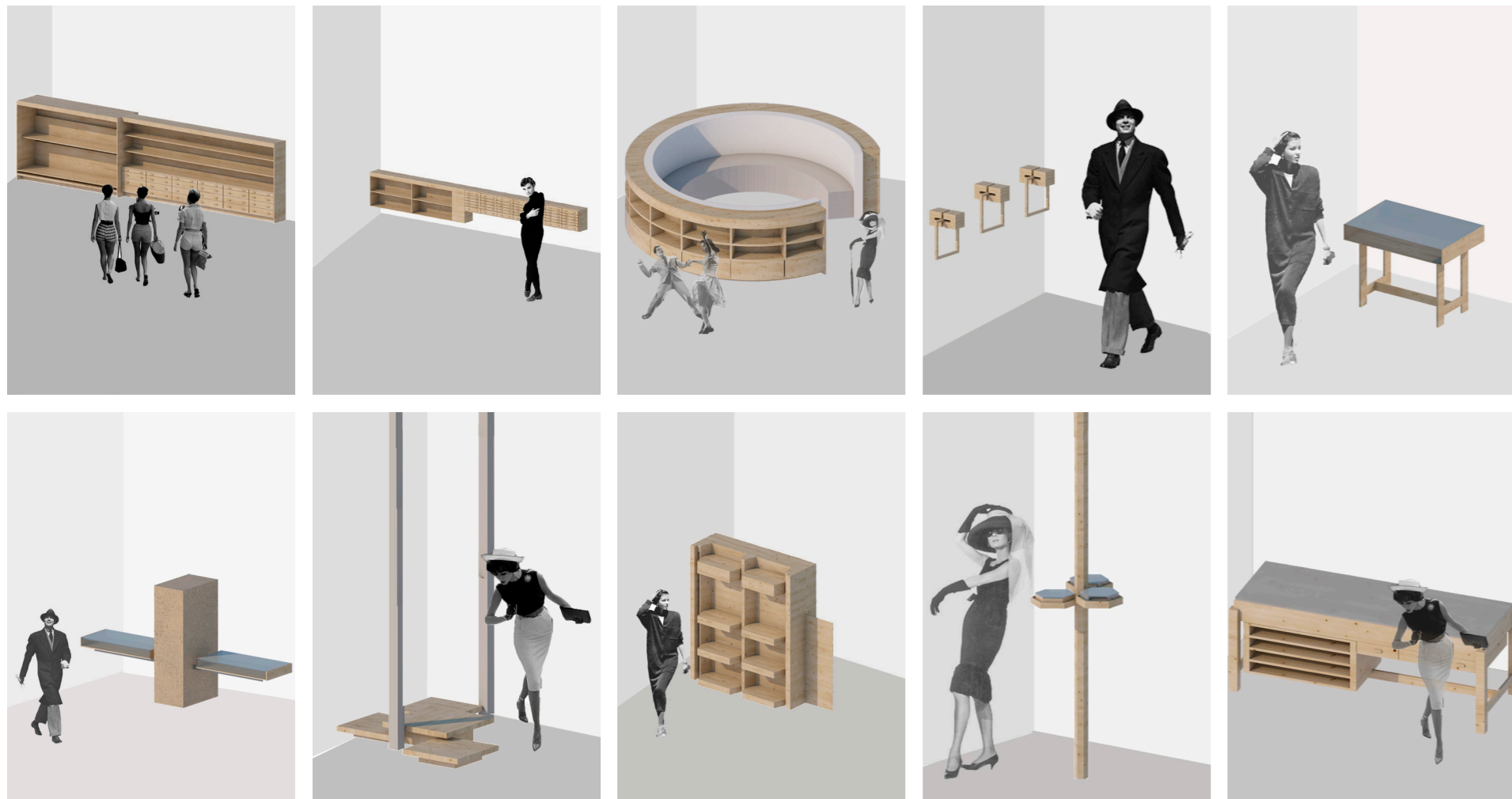


94. Foto actual del interior de Loewe en Valencia

<sup>3</sup> Barrueco, "Arquitectura, diseño y arte en las tiendas de Carvajal para Loewe". 19



## 5. CATÁLOGO DEL MOBILIARIO EXPOSITIVO PARA LOEWE



A continuación se expone en forma de catálogo expositivo y analítico una selección de los muebles que se han considerado más relevantes en las tiendas que Carvajal diseñó para la gran firma de moda de Loewe. Una vez ya vistas las tiendas a las que pertenecen los siguientes muebles, y ordenadas por año de construcción, el catálogo que se expone a continuación está ordenado conforme al ritual de la compra, lo que supone visitar una tienda y que tanto revolucionó los años 50 y 60 en España.

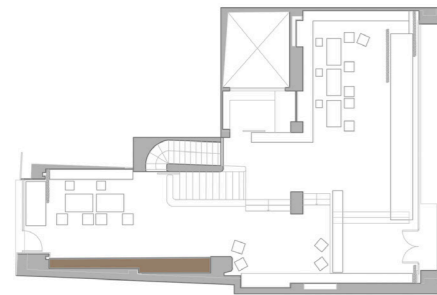
Se ha considerado que el ritual de la compra que compone una gran marca de lujo es el siguiente:

- ‘La llamada’, donde lo componen los escaparates y las grandes vitrinas expositoras.
- ‘La espera’, conformada por las butacas y sofás, y en este caso el gran sofá del showroom
- ‘La elección’, la parte del ritual más convencional, en ella están los mostradores de formas rectangulares, de formas más sencillas para exponer y no desviar la atención fuera de los artículos
- ‘El antojo’, donde encontramos los diseños más sofisticados para sus preciados artículos y captar así la atención de los clientes, como son la vitrinas para la bisutería fina de forma hexagonal.
- ‘El pagar’, el último paso de nuestro ritual y el que Carvajal lo introduce en el diseño de sus muebles como otro de sus muebles a exponer.

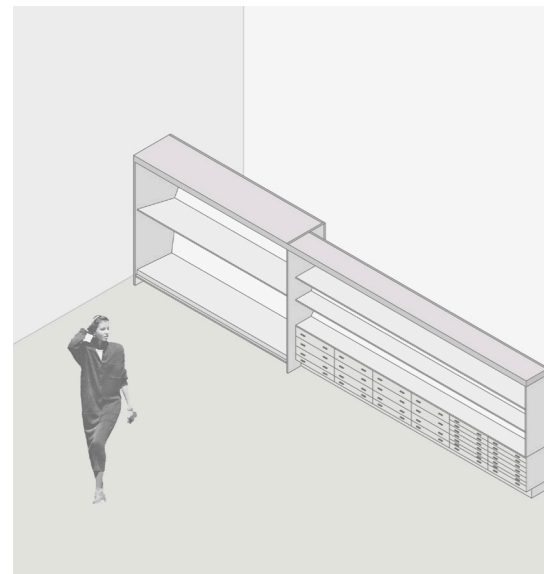


95. Escena del Showroom de Barcelona.

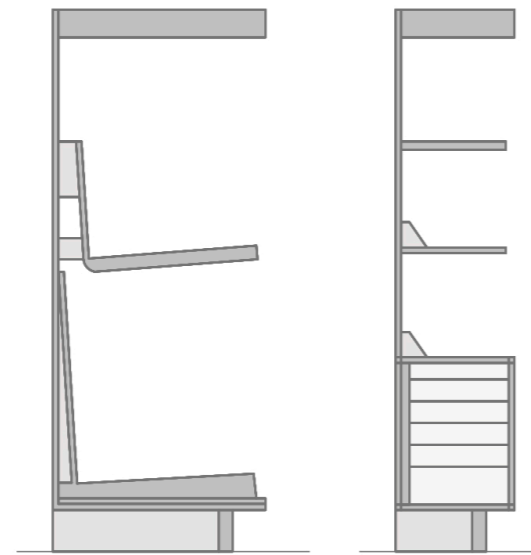
PLANIMETRÍAS



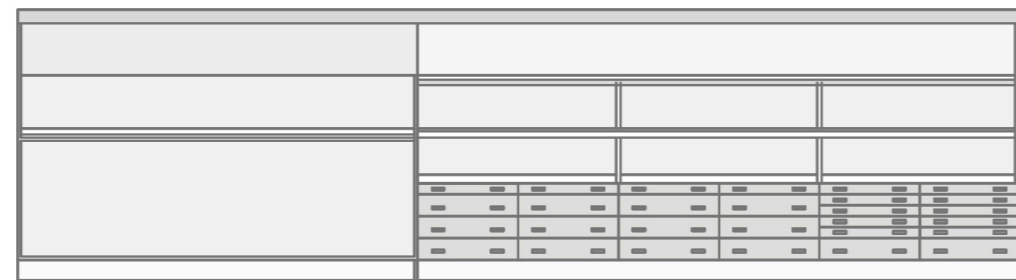
PLANTA UBICACIÓN



VISTA



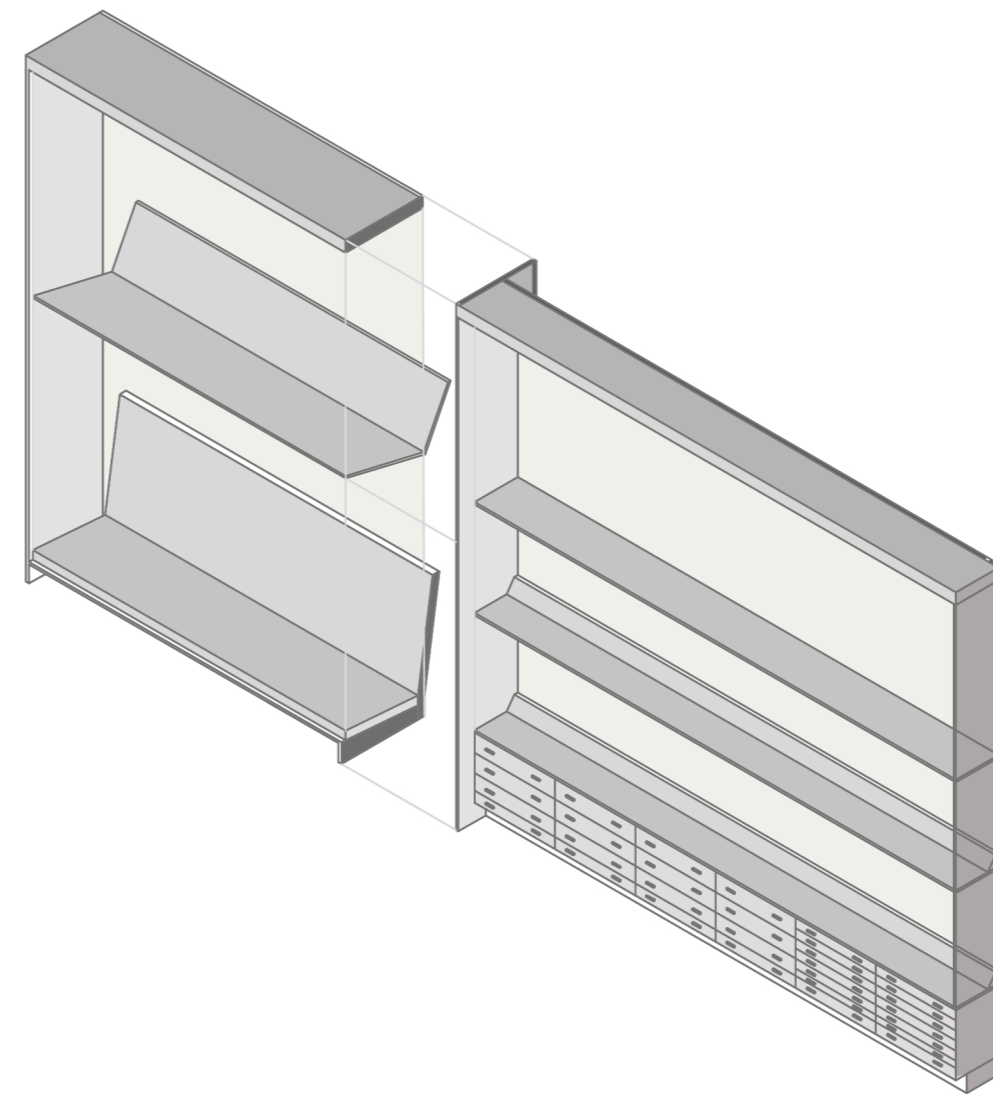
SECCIONES



ALZADO Y PLANTA



AXONOMETRÍA DE MONTAJE



MODELO

**MATERIALES** Madera de roble

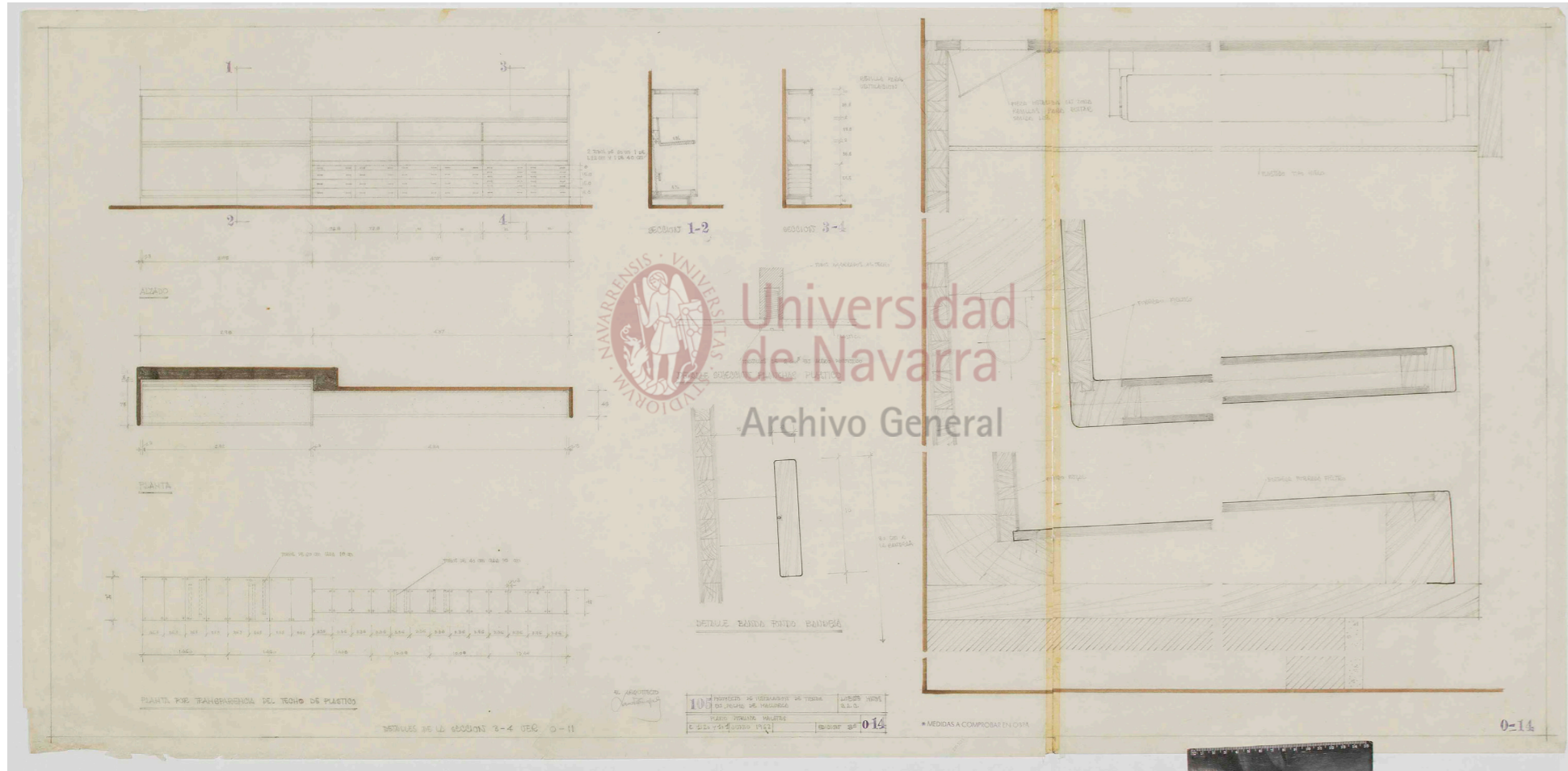
**USO** Exposición de los artículos de playa de gran tamaño junto con piezas más pequeñas.

**FORMA** Compuesta por dos módulos, el modelo tipo, y el modelo expositivo de maletas

**UBICACIÓN** Está empotrada en la pared, localizada en grandes puntos de visión en toda la tienda.

**PUNTOS EN COMÚN** Modelo 'tipo A' del diseño para otras vitrinas, a excepción de las baldas inclinadas.

**REFERENTES** Estantería de comedor presentada al concurso EXCO por Javier Carvajal con la empresa Biosca en 1961.

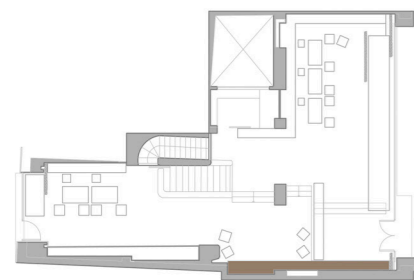


ESCUELA TÉCNICA SUPERIOR DE ARQUITECTURA DE VALLADOLID

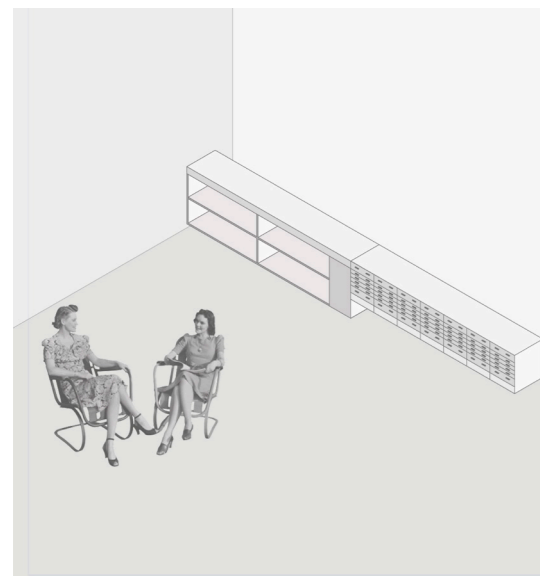


CARVAJAL EXHIBE LOEWE: ANÁLISIS Y RESTAURACIÓN GRÁFICA DEL MOBILIARIO DE LAS TIENDAS

PLANIMETRÍAS



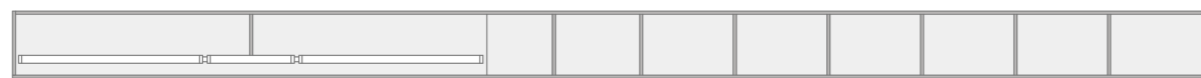
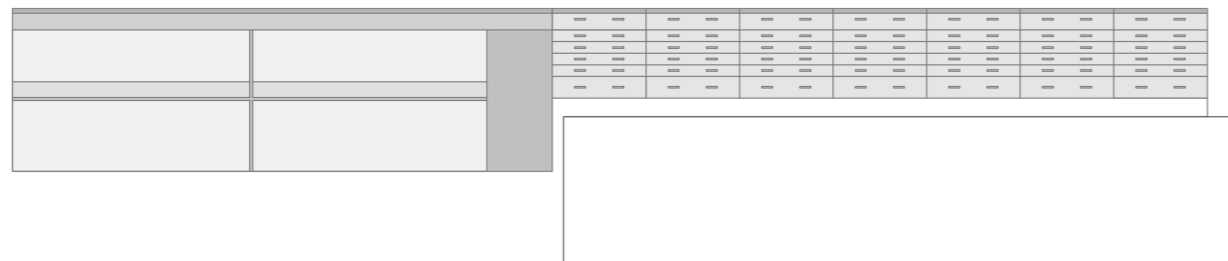
PLANTA UBICACIÓN



VISTA

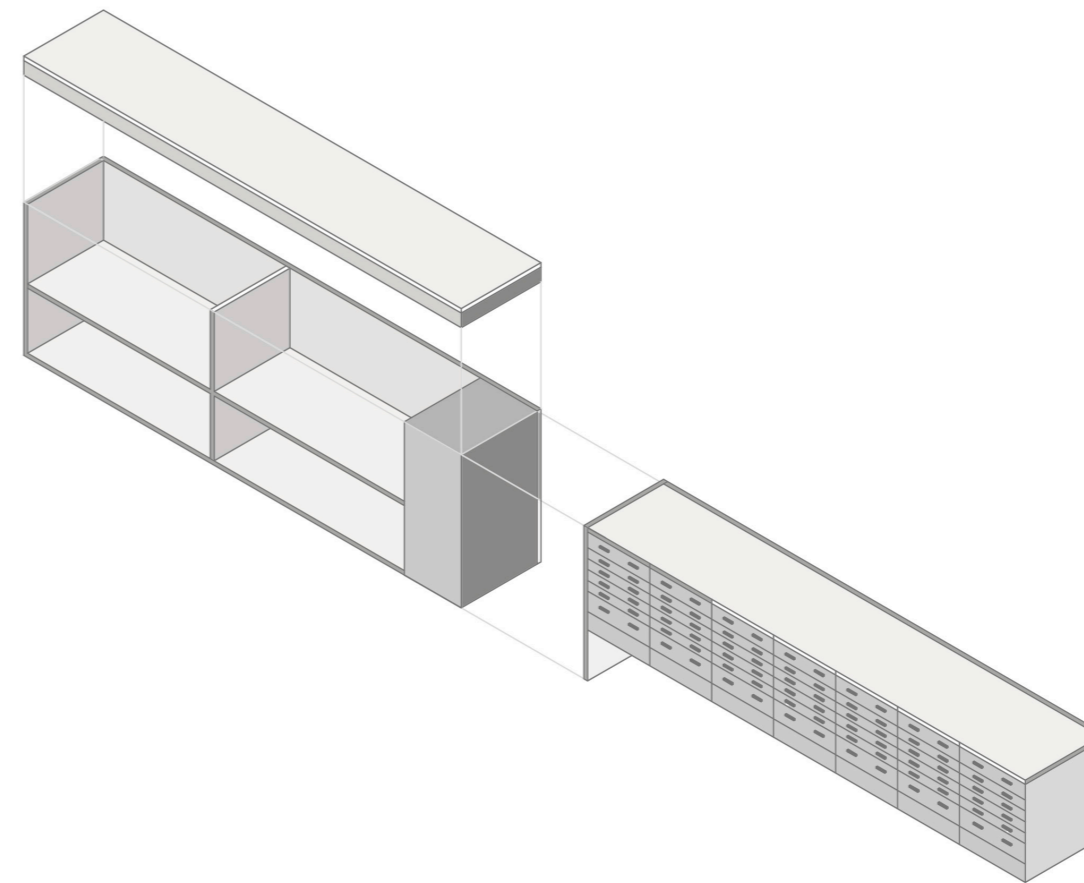


SECCIÓN



ALZADO Y PLANTA

AXONOMETRÍA DE MONTAJE



MODELO

MATERIALES

Madera de roble y vidrio como acabado del mostrador.

USO

Almacenaje de las piezas más delicadas junto con el lugar donde poder exhibirlas.

FORMA

Piezas rectangulares. Dos módulos, uno abierto de exposición y otro oculto.

UBICACIÓN

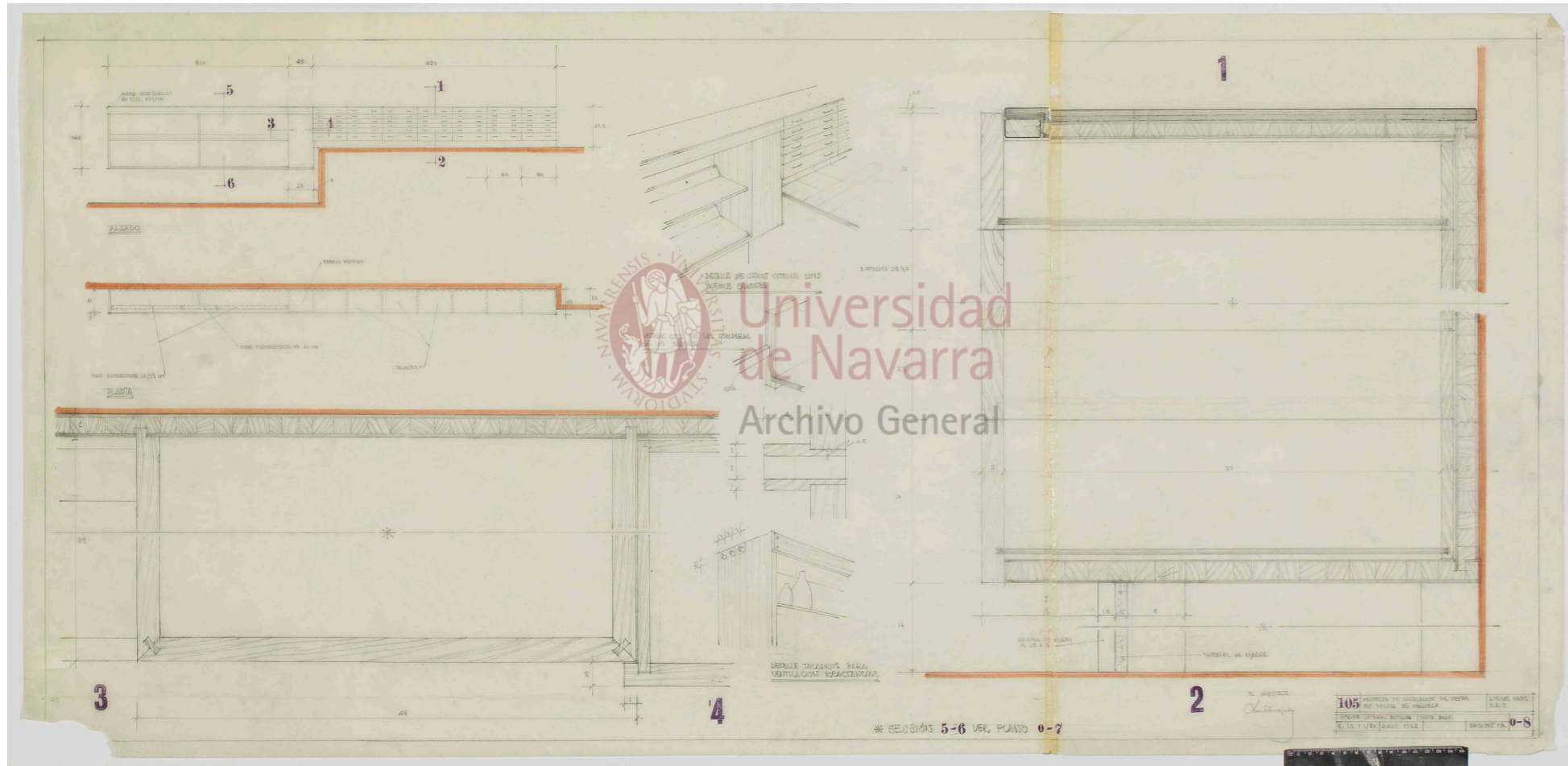
Entre la exposición de la entrada y la zona de venta del interior del local.

PUNTOS EN COMÚN

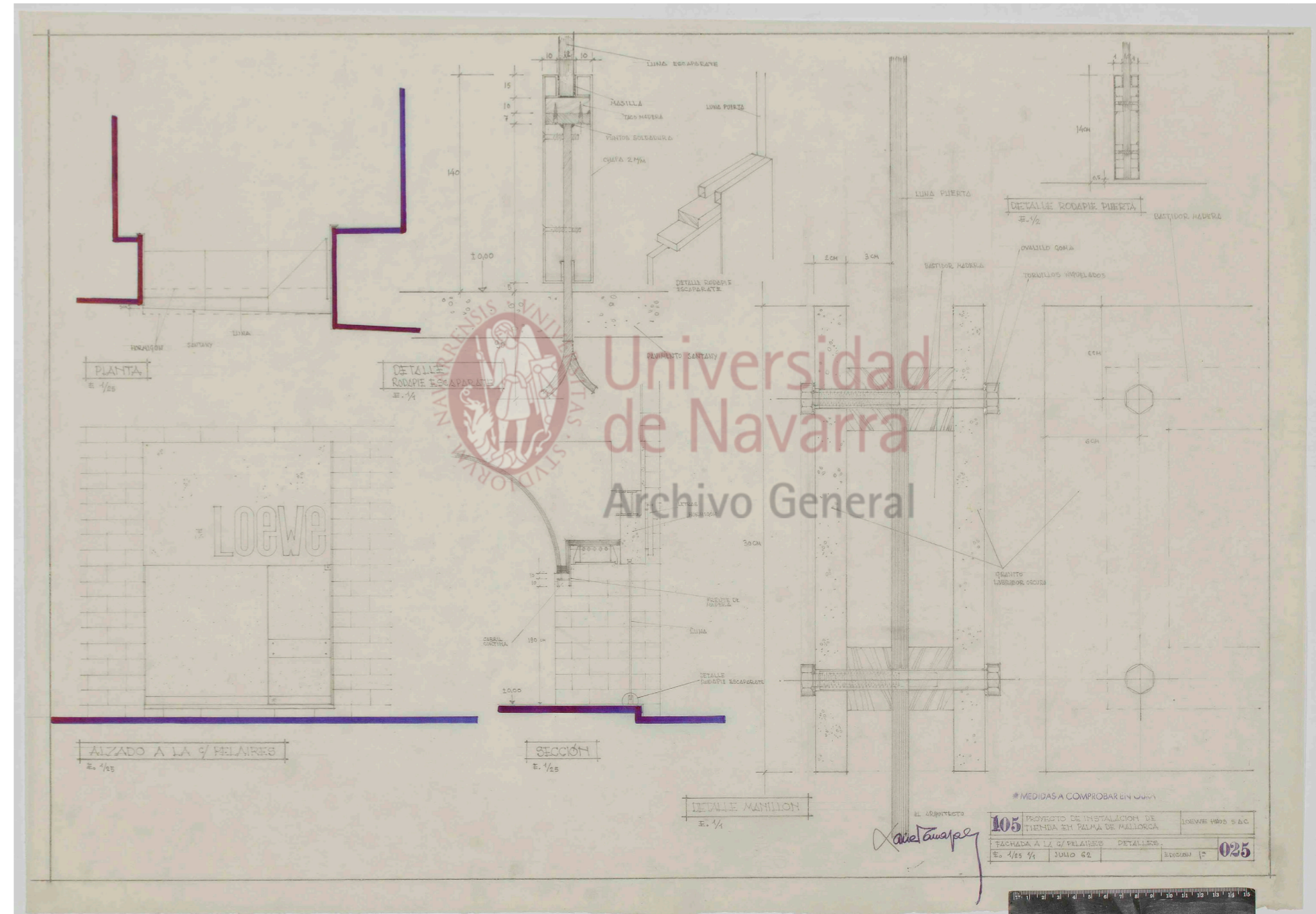
Baldas bajas y abiertas para la exposición como escaparate.

REFERENTES

En sección sigue el modelo 'tipo A' de la vitrina de mayor altura.

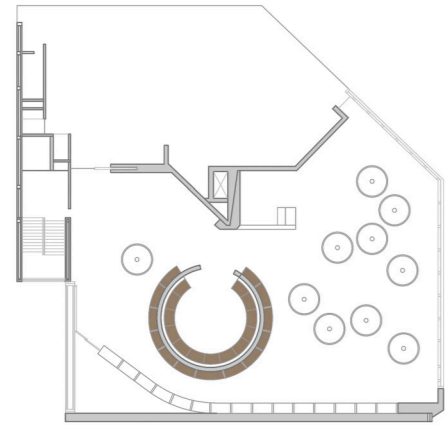


ESCUELA TÉCNICA SUPERIOR DE ARQUITECTURA DE VALLADOLID

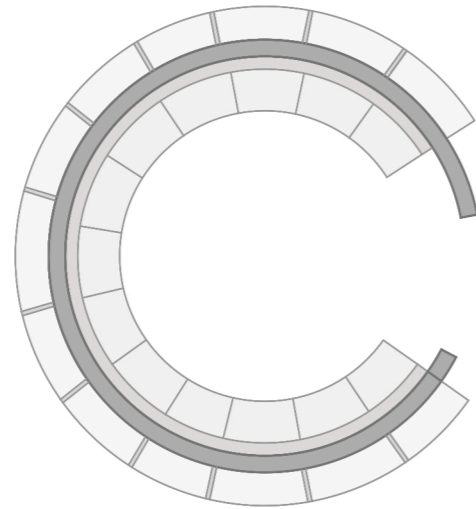


CARVAJAL EXHIBE LOEWE: ANÁLISIS Y RESTAURACIÓN GRÁFICA DEL MOBILIARIO DE LAS TIENDAS

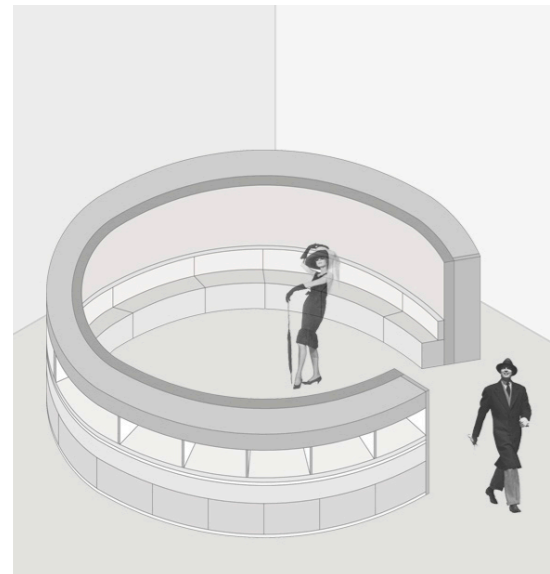
PLANIMETRÍAS



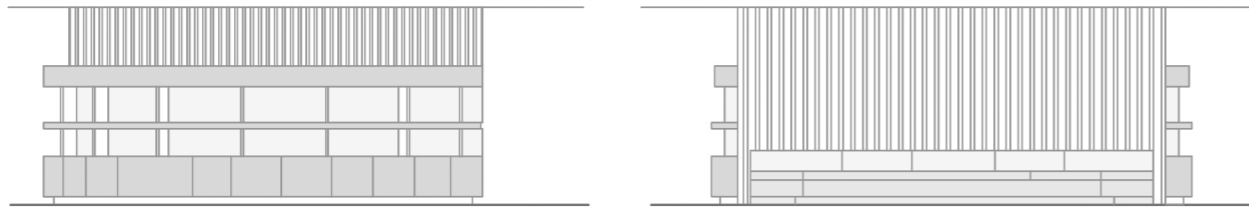
PLANTA UBICACIÓN



PLANTA



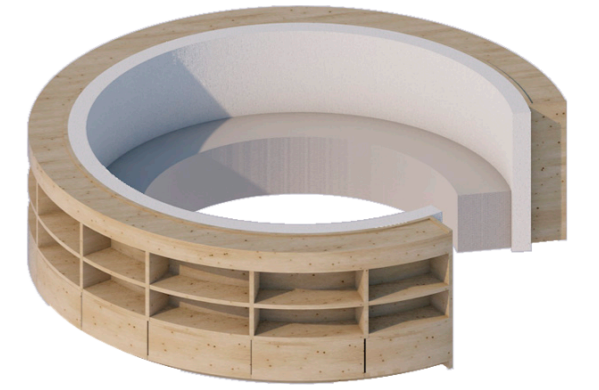
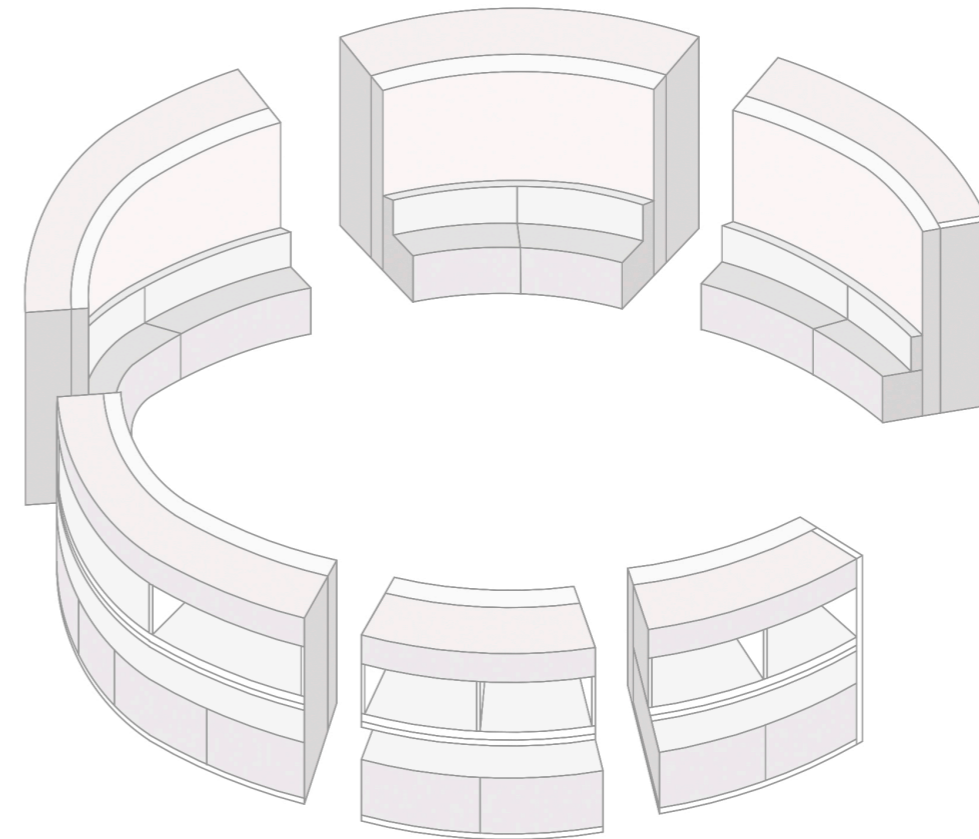
VISTA



ALZADO Y PLANTA



AXONOMETRÍA DE MONTAJE



MODELO

MATERIALES

Roble, hormigón del muro que lo compone y textil, por parte de la cortina y del sofá.

USO

Exposición de los artículos, probador y zona de desfile.

FORMA

Circular para todas las partes que lo componen, vitrina, sofá y muro.

UBICACIÓN

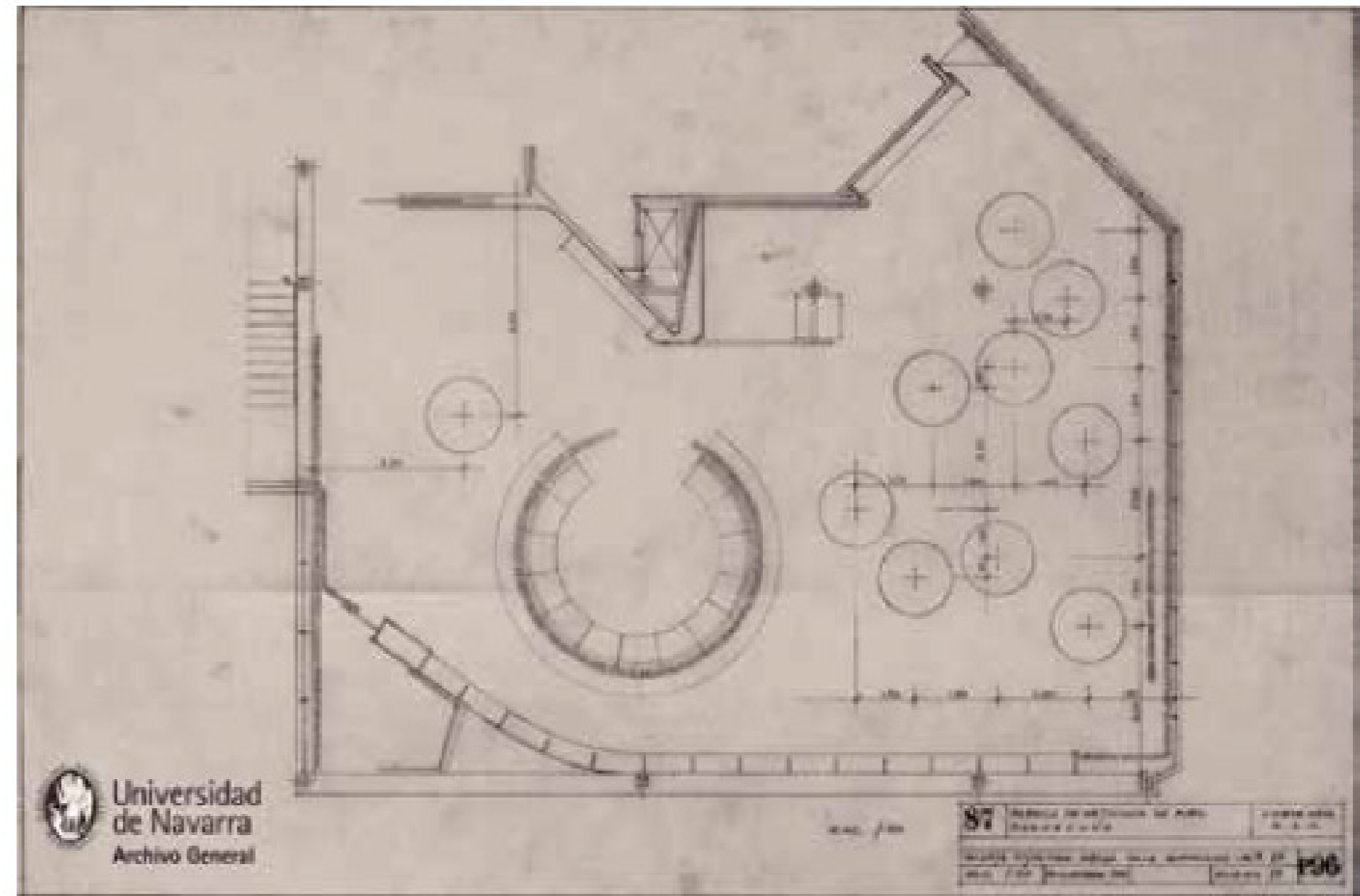
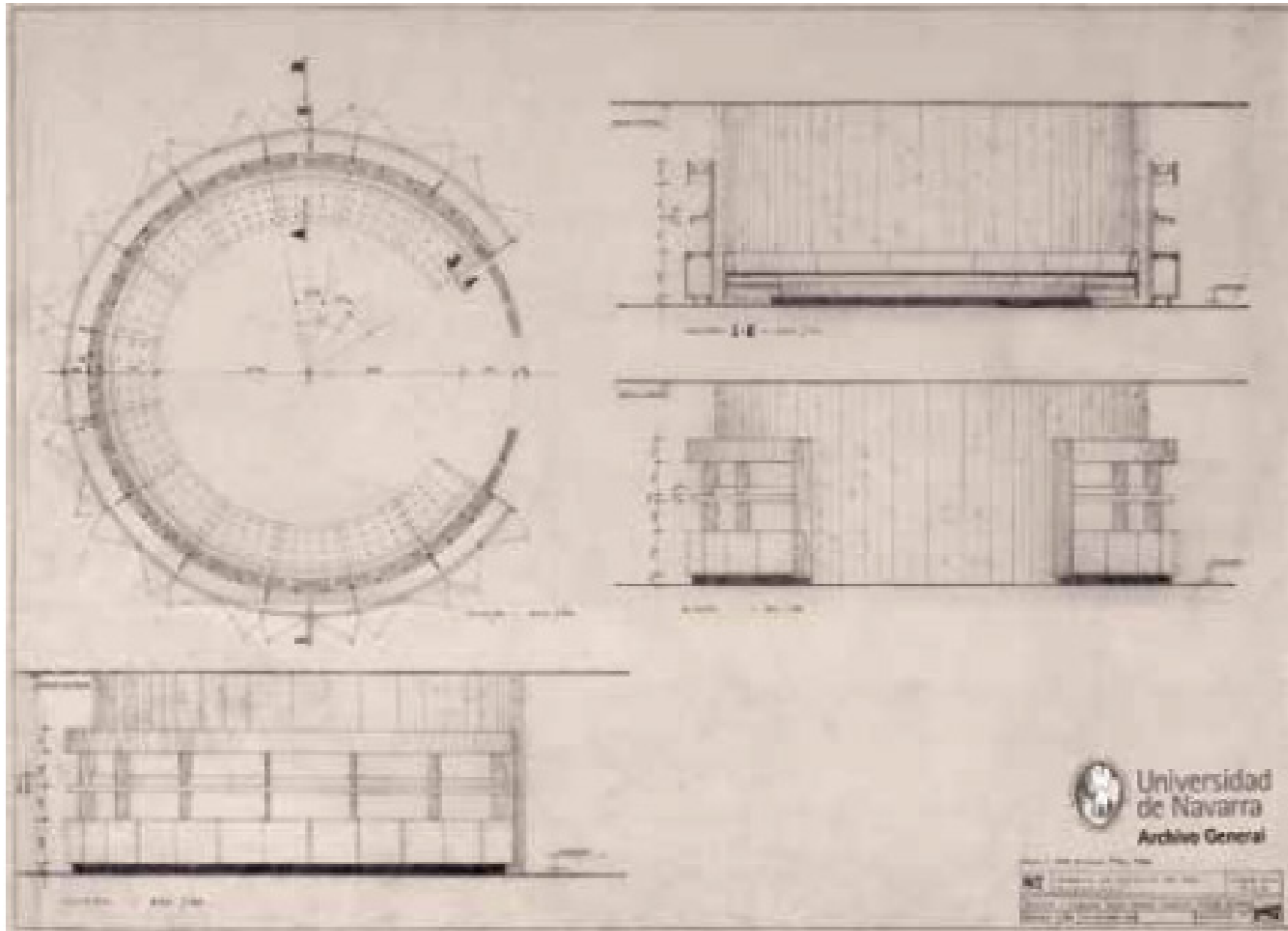
Zona central de la planta de exposición, donde es la pieza más importante.

PUNTOS EN COMÚN

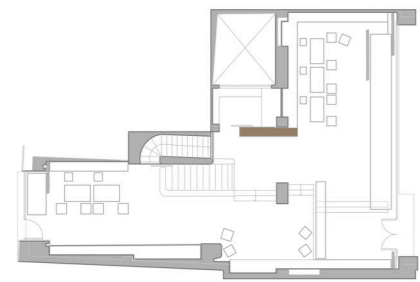
Formas geométricas puras. Usa las vitrinas tipo para el perímetro del showroom.

REFERENTES

Simula la forma de una plaza de toros.



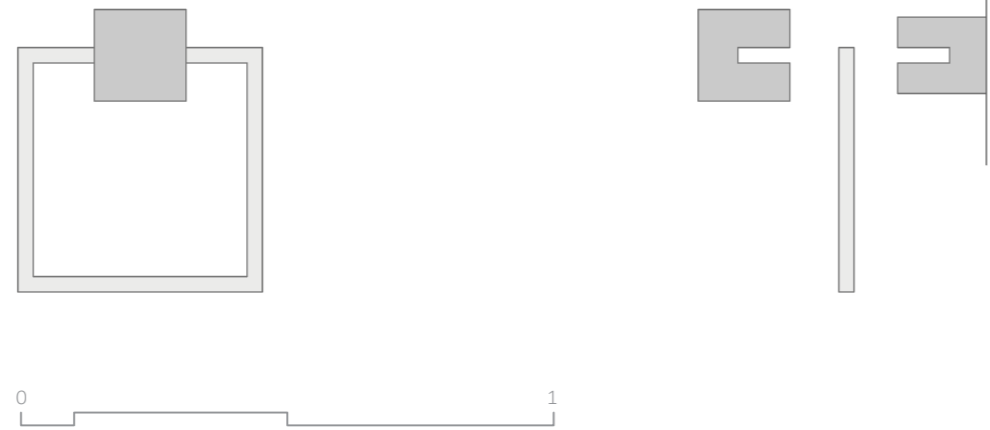
PLANIMETRÍAS



PLANTA UBICACIÓN

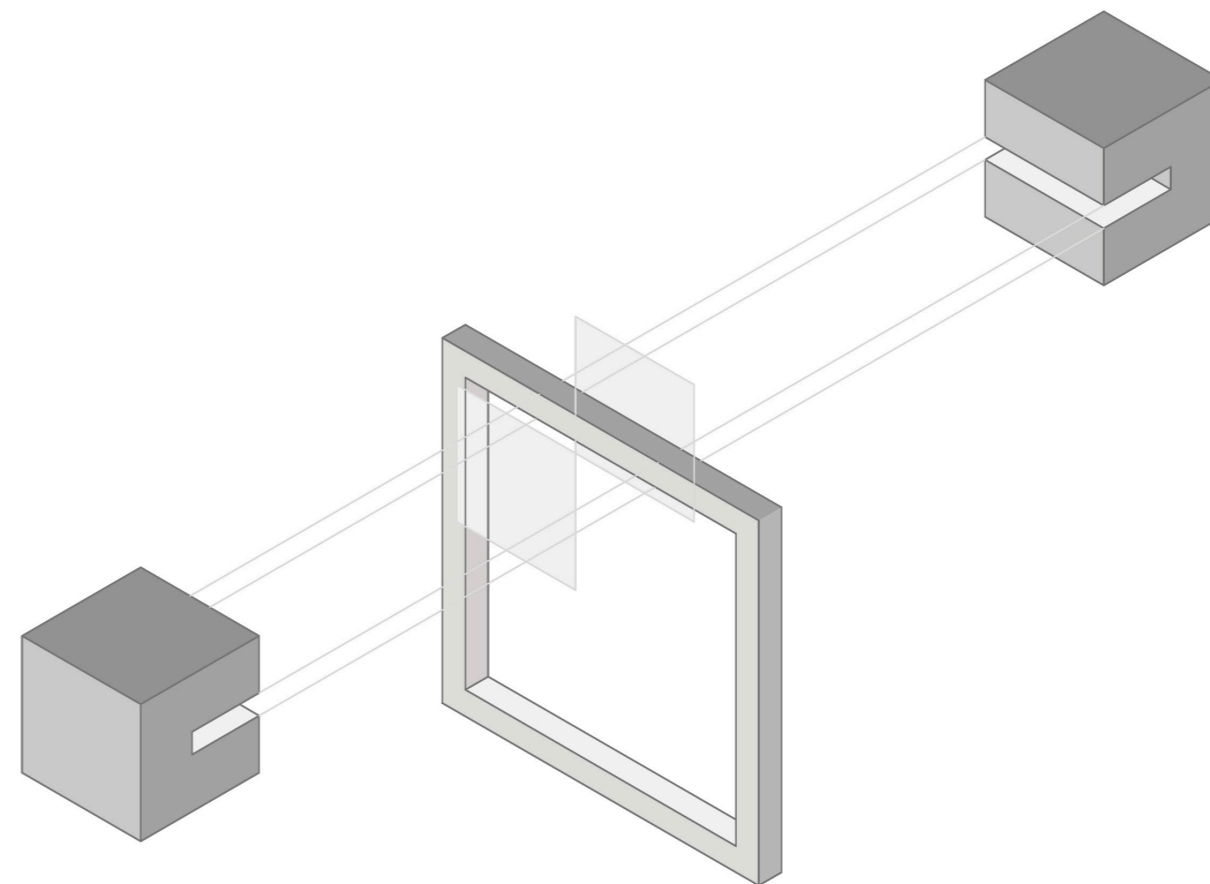


VISTA



ALZADO Y SECCIÓN

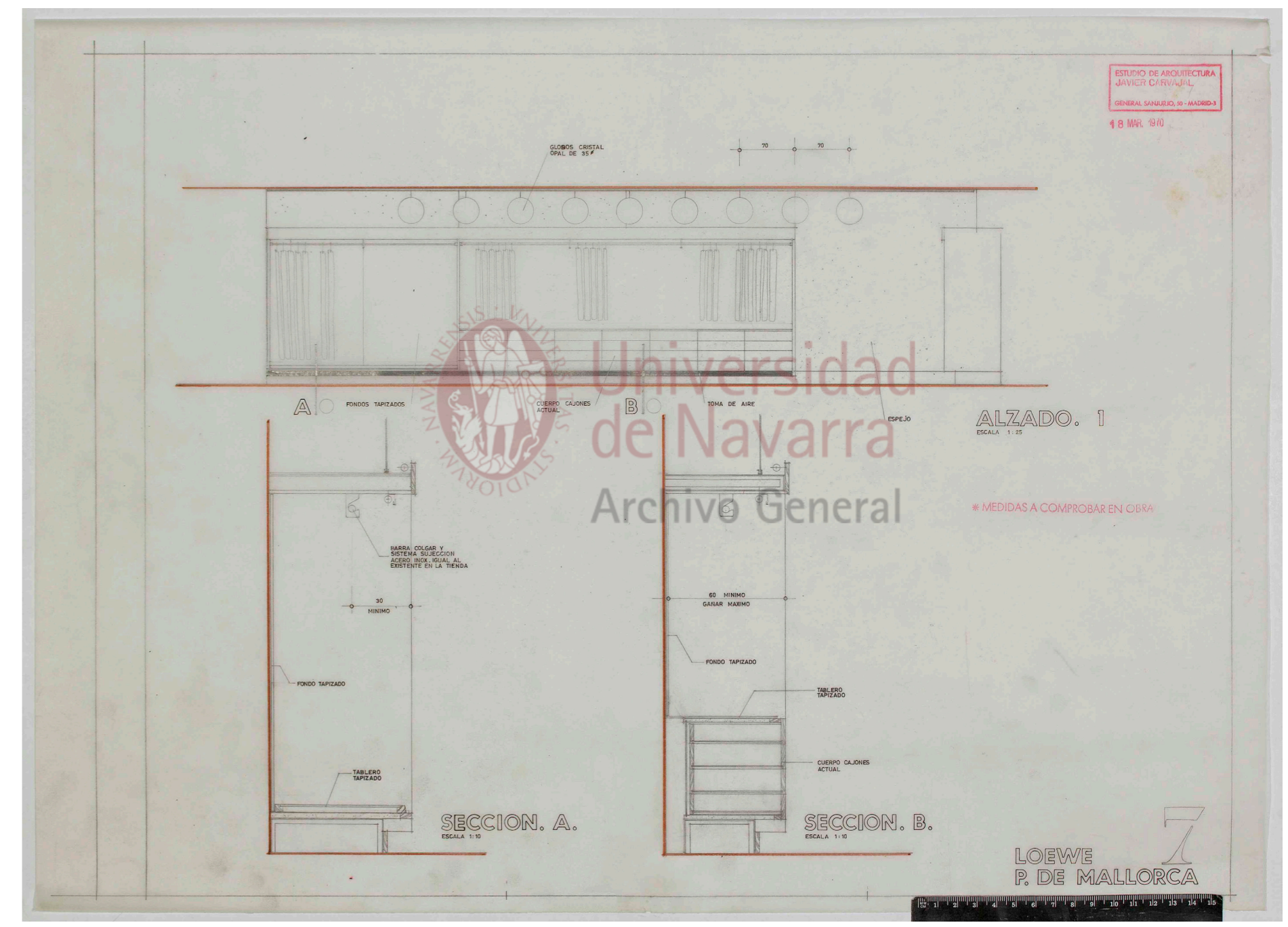
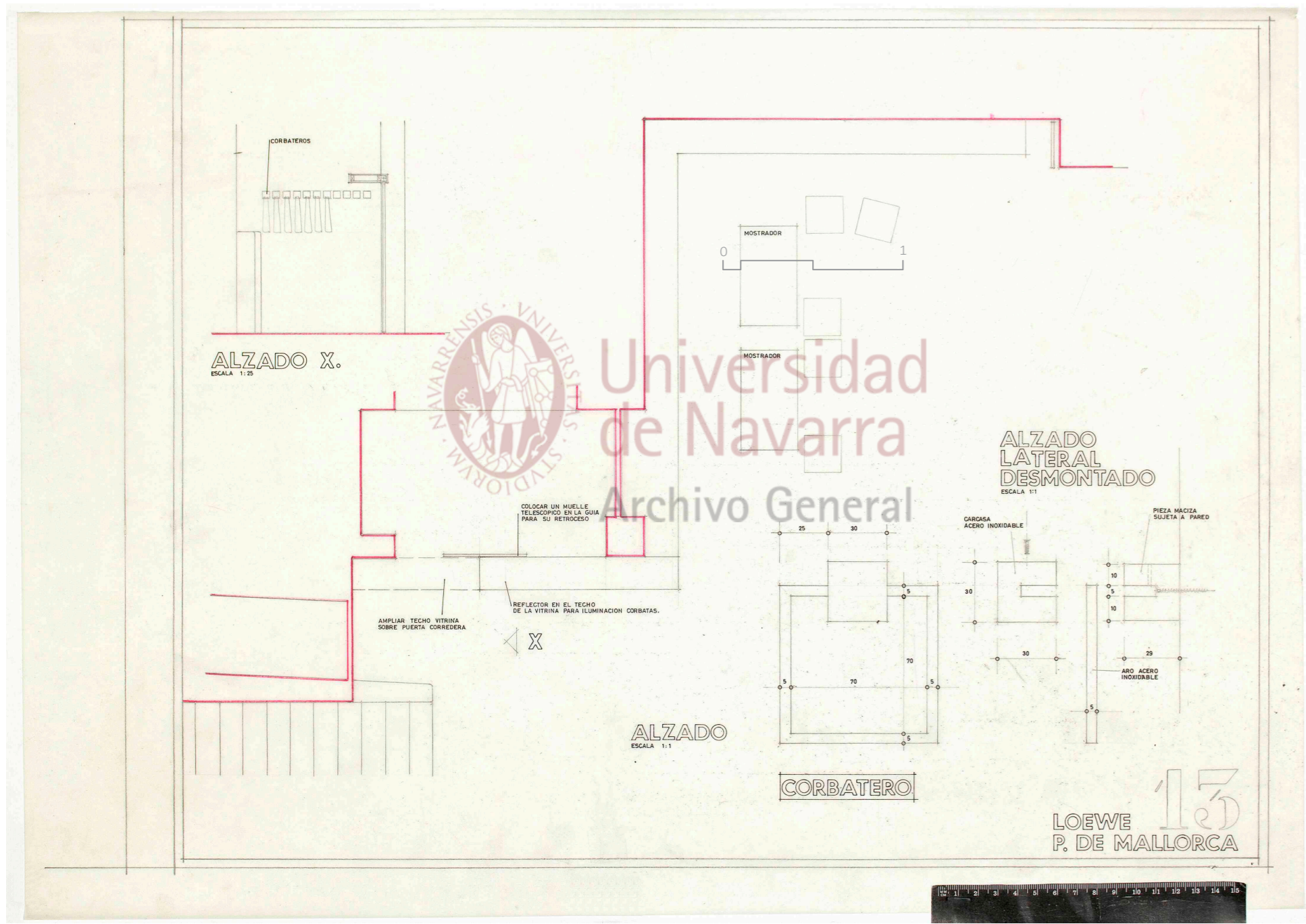
AXONOMETRÍA DE MONTAJE



MODELO

MATERIALES	Madera de roble
USO	Pieza anclada a la pared para exponer las corbatas.
FORMA	Formas cuadradas y cúbicas en las tres piezas que lo componen.
UBICACIÓN	Está empotrada en la pared, localizada en grandes puntos de visión en toda la tienda.
PUNTOS EN COMÚN	Empotra la pieza a los muros para dar más continuidad al espacio.
REFERENTES	





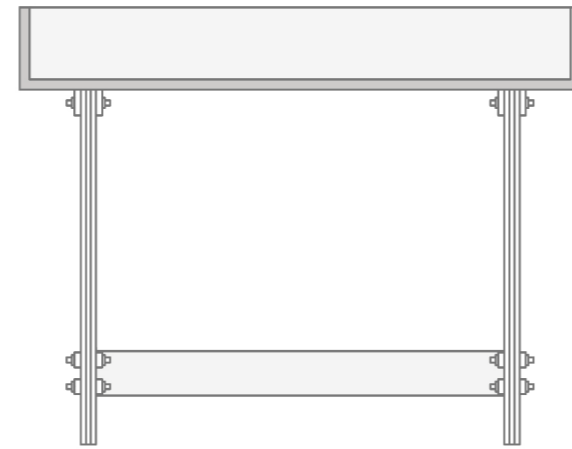
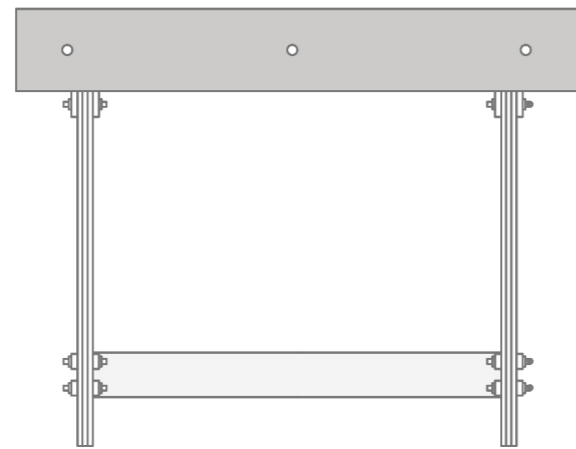
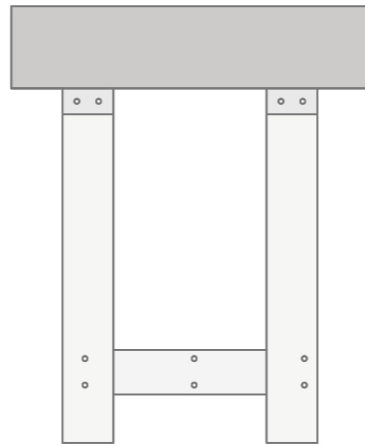
PLANIMETRÍAS



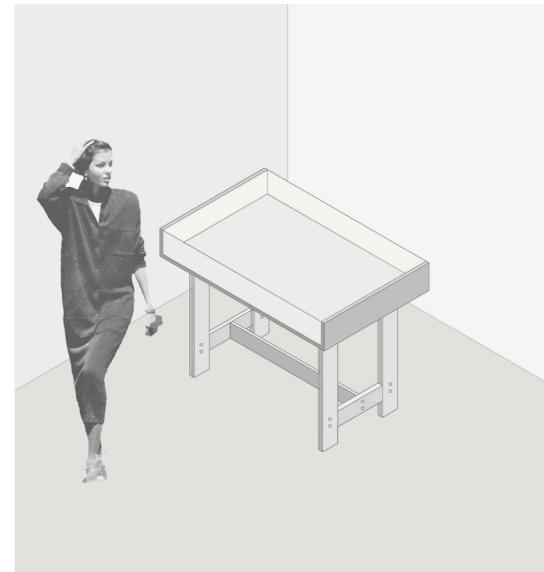
PLANTA UBICACIÓN



PLANTA

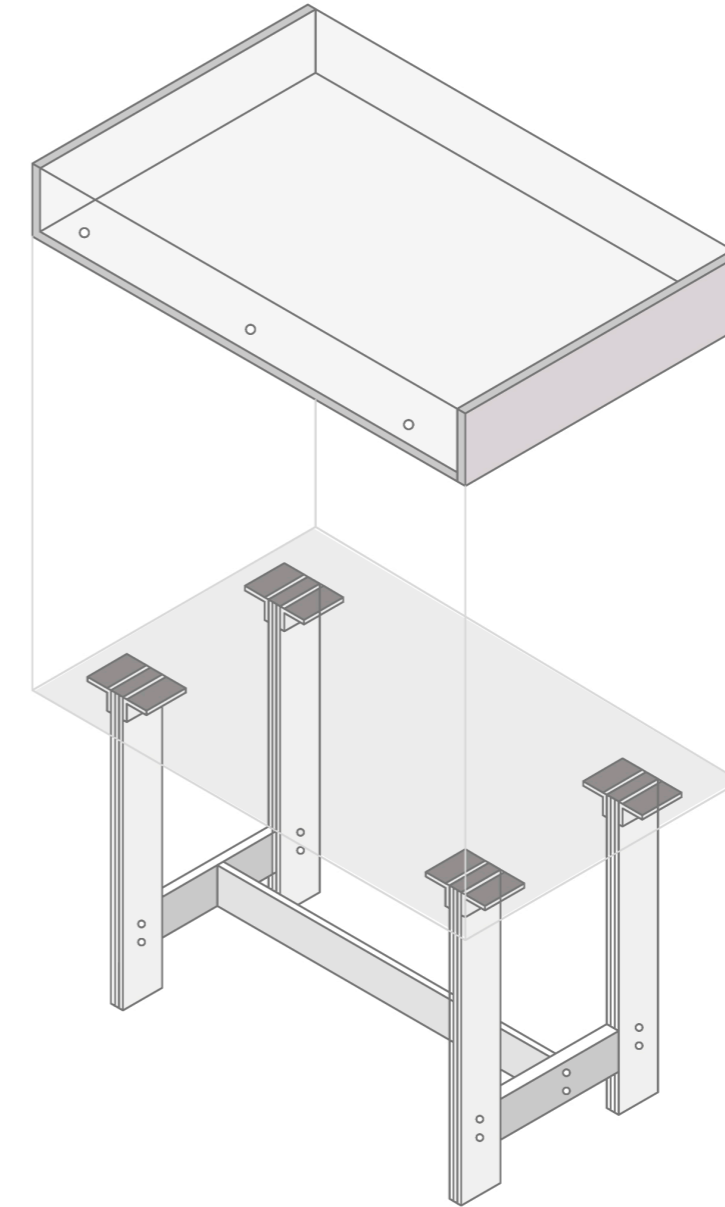


ALZADOS



VISTA

AXONOMETRÍA DE MONTAJE



MODELO

**MATERIALES** Madera de roble, vidrio y acero

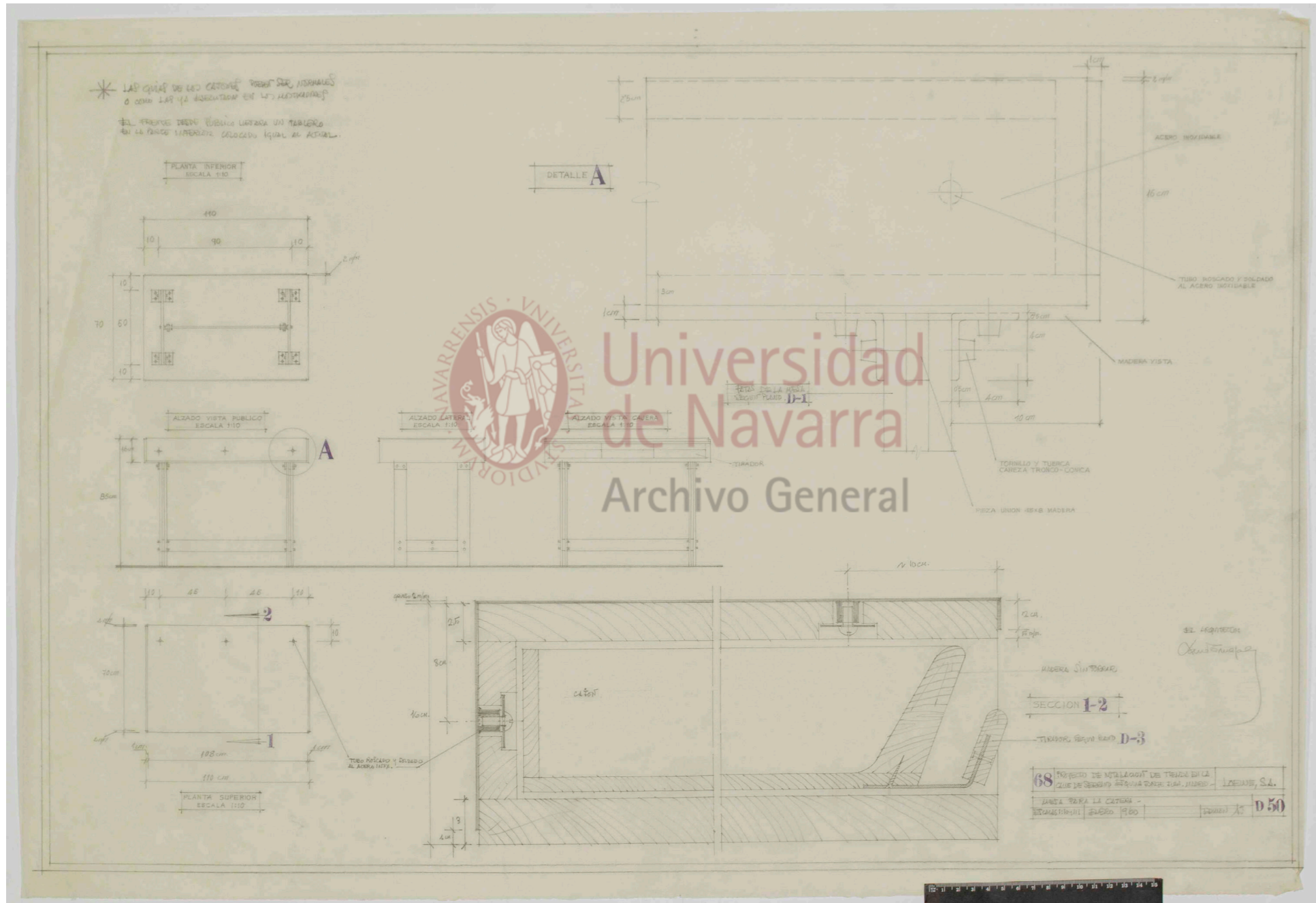
**USO** Exposición de los artículos más pequeños y delicados.

**FORMA** Compuesta por piezas de base cuadradas, tanto exposición como soportes.

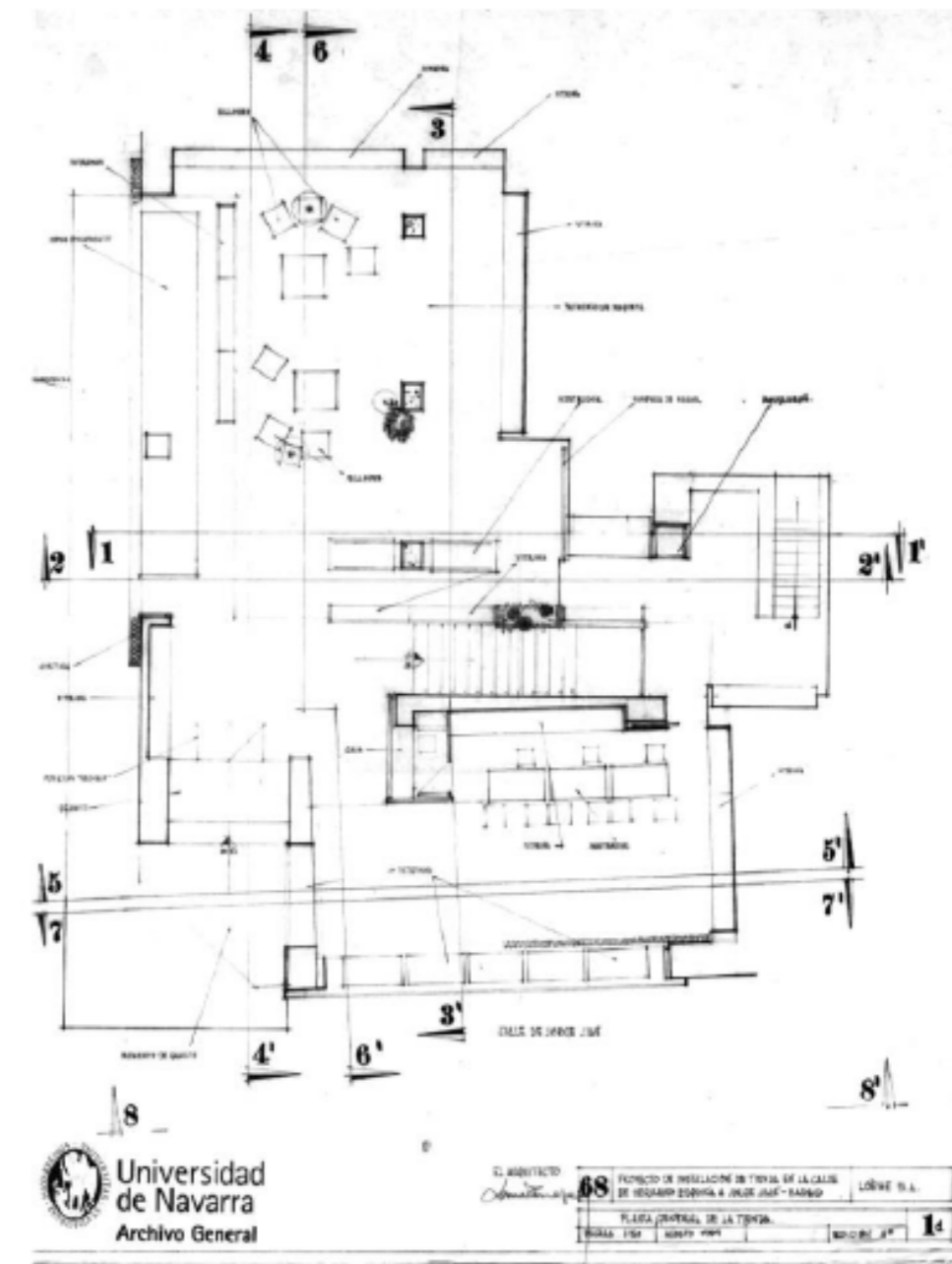
**UBICACIÓN** Lugar de venta principal, normalmente varios modelos en la misma tienda

**PUNTOS EN COMÚN** Mismo diseño de vitrina que la anclada al pilar a excepción del añadido de las patas.

**REFERENTES** Mesa Feduchi en Hotel Castellana Hilton.



ESCUELA TÉCNICA SUPERIOR DE ARQUITECTURA DE VALLADOLID

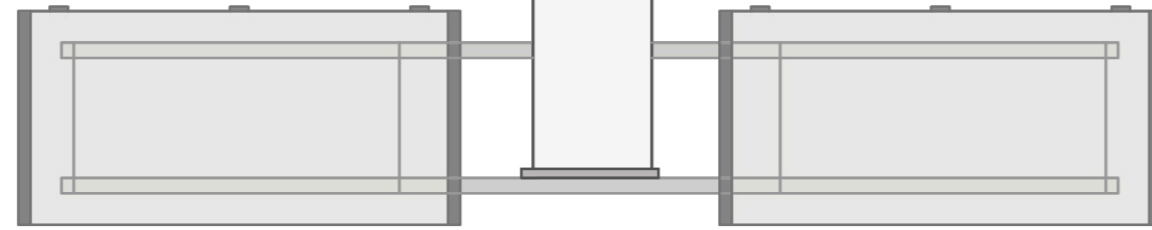


CARVAJAL EXHIBE LOEWE: ANÁLISIS Y RESTAURACIÓN GRÁFICA DEL MOBILIARIO DE LAS TIENDAS

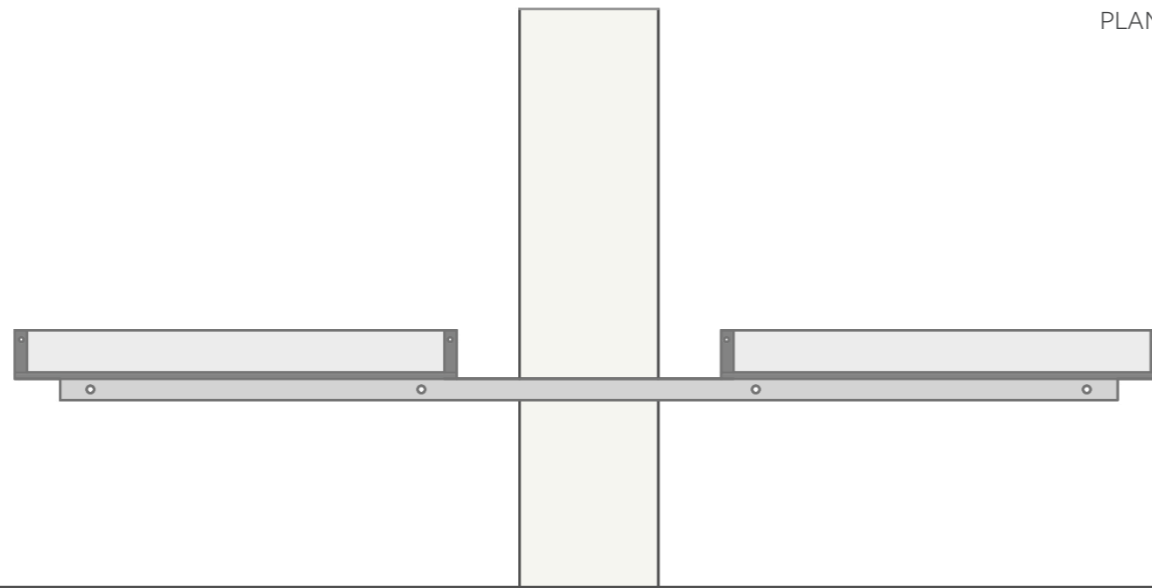
PLANIMETRÍAS



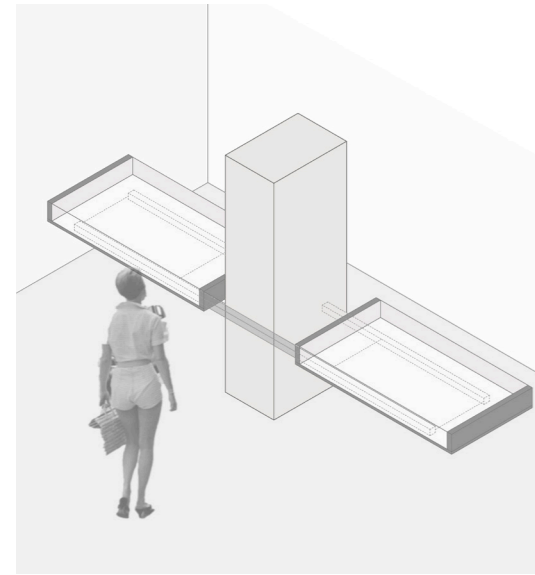
PLANTA UBICACIÓN



PLANTA

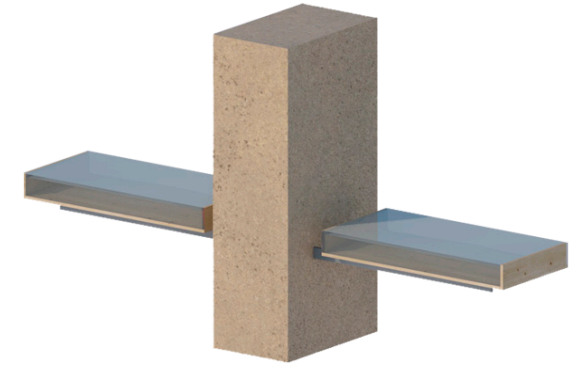
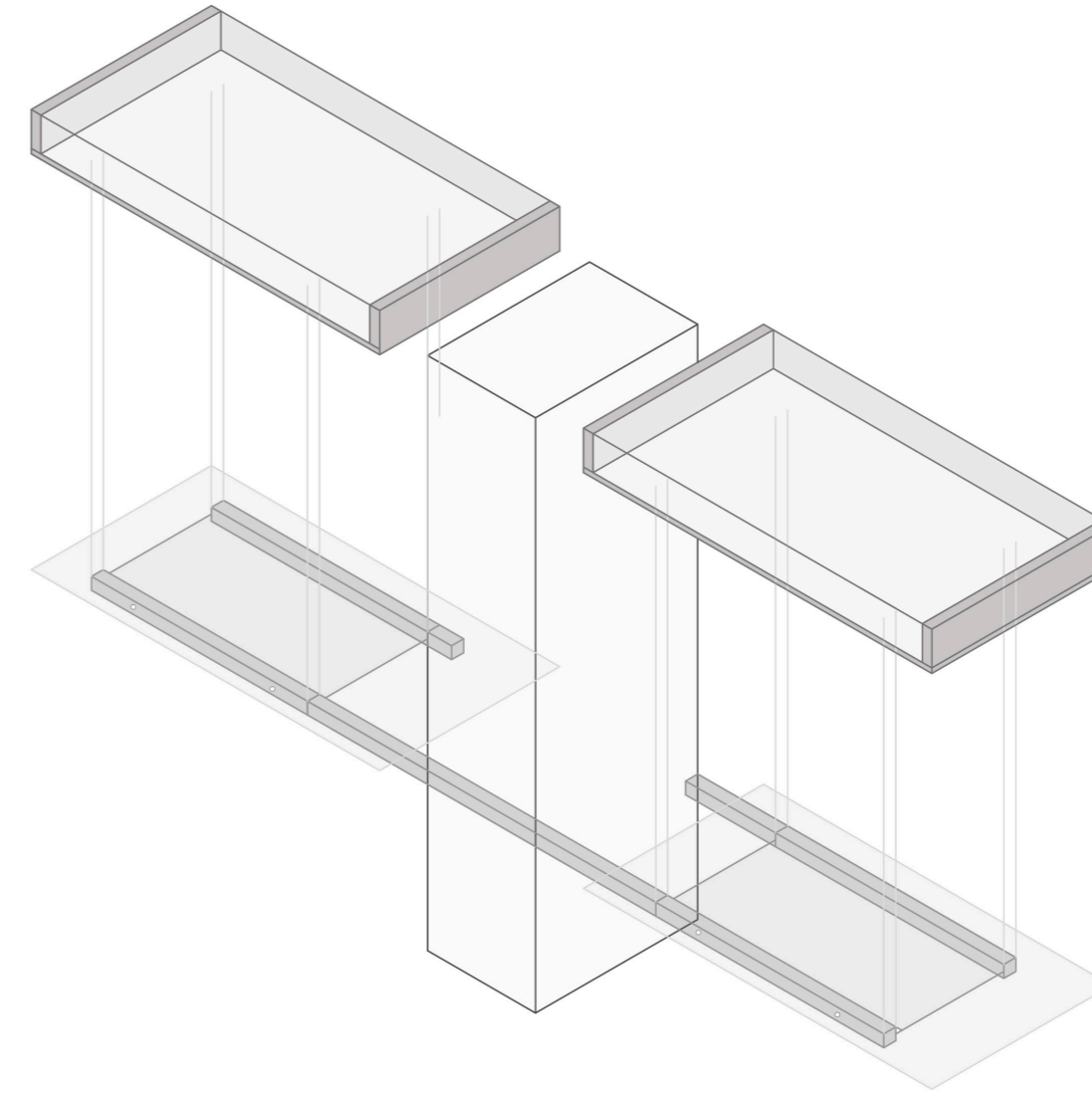


ALZADO



VISTA

AXONOMETRÍA DE MONTAJE



MODELO

MATERIALES

Roble, vidrio y acero, junto con el hormigón y mármol del acabado exterior del pilar.

USO

Exposición de las piezas más pequeñas de la firma.

FORMA

Formas geométricas regulares. Acentúa la forma y la continuidad empotrándolo.

UBICACIÓN

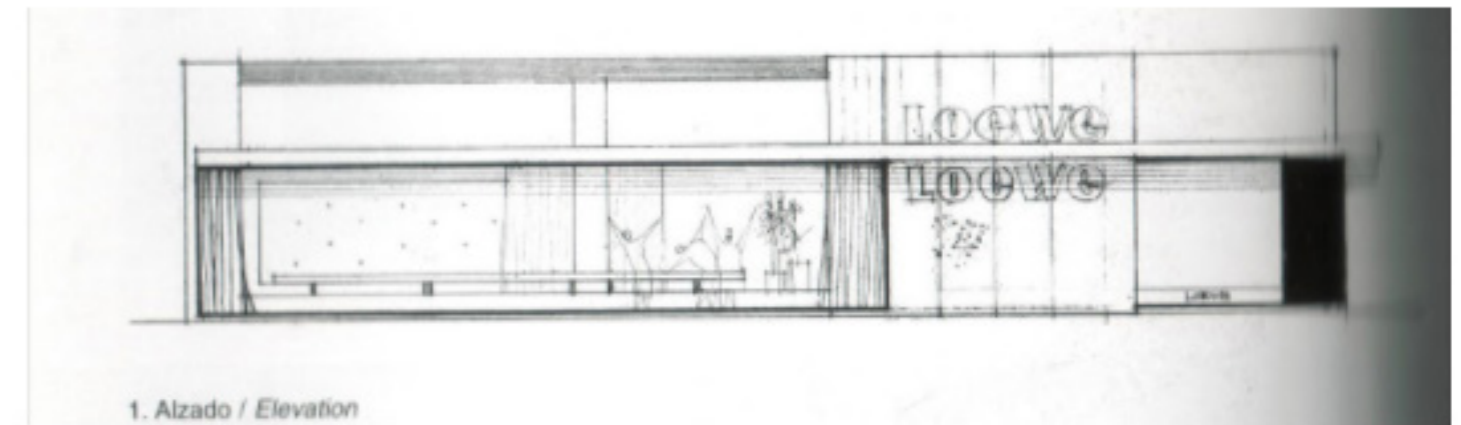
Punto principal en la tienda, donde hay que pasar sí o sí.

PUNTOS EN COMÚN

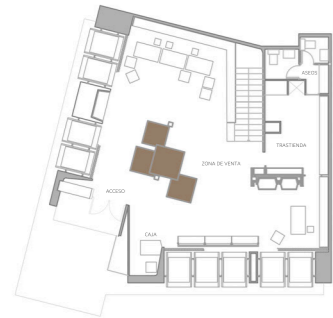
Como las mesas expositivas a diferencia de que eliminan las patas.

REFERENTES

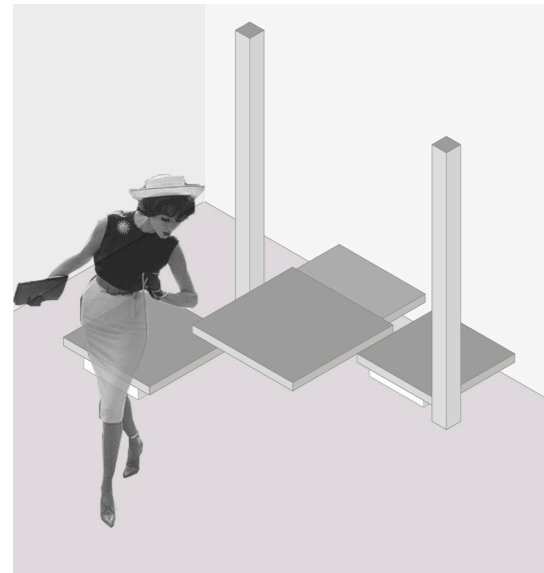
Mobiliario de Feduchi para Loewe en el Hotel Castellana Hilton en 1953.



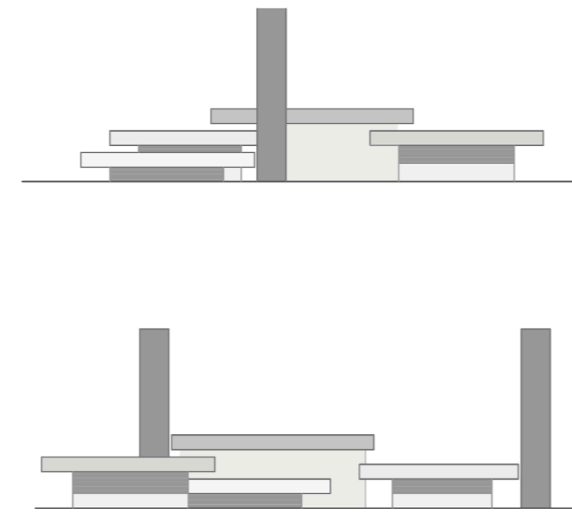
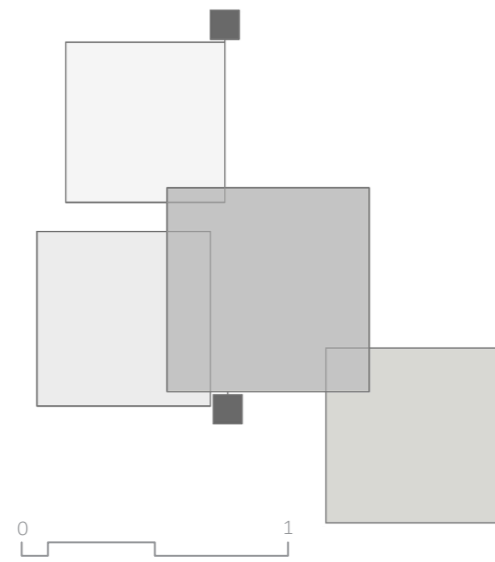
PLANIMETRÍAS



PLANTA UBICACIÓN

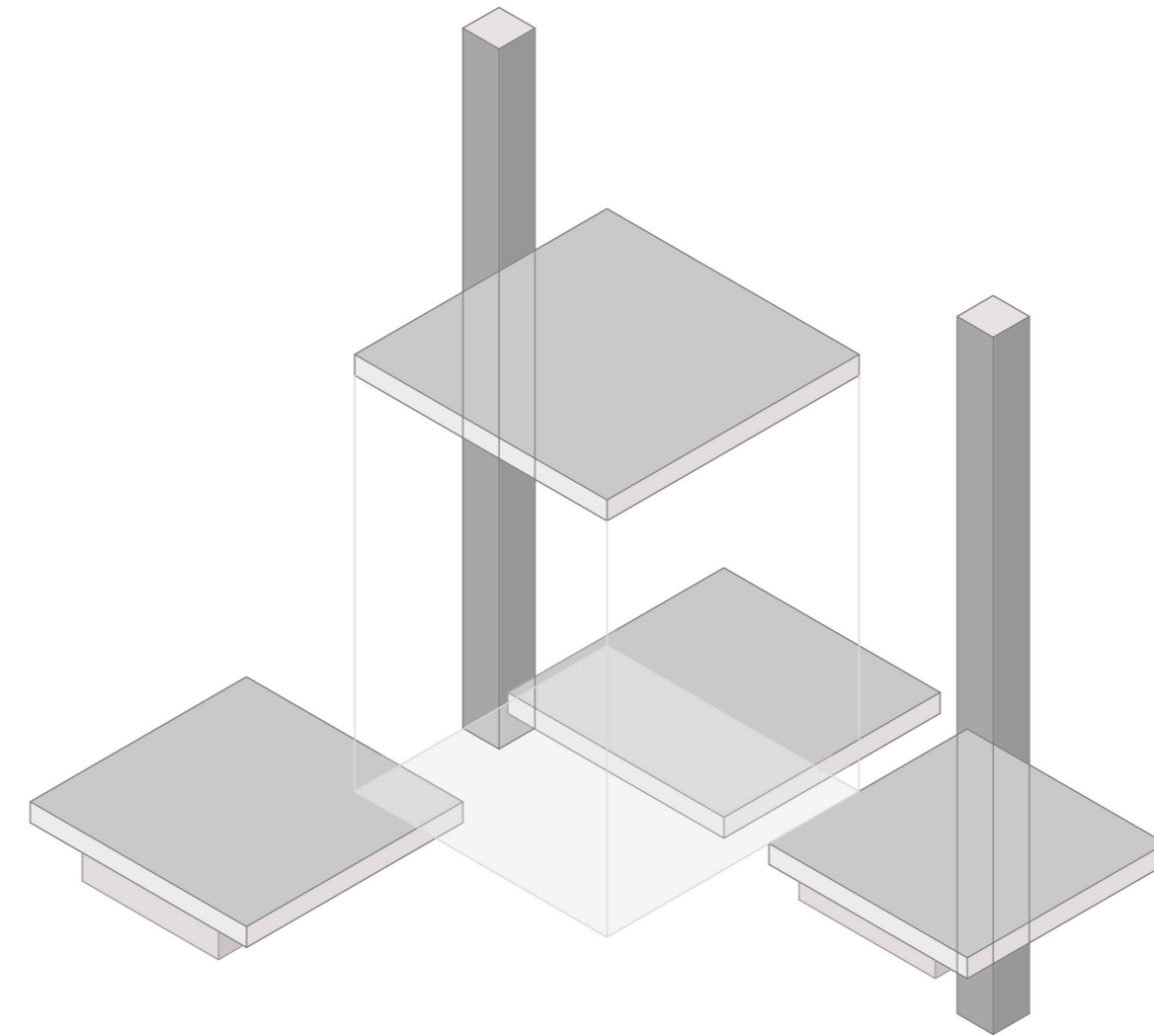


VISTA



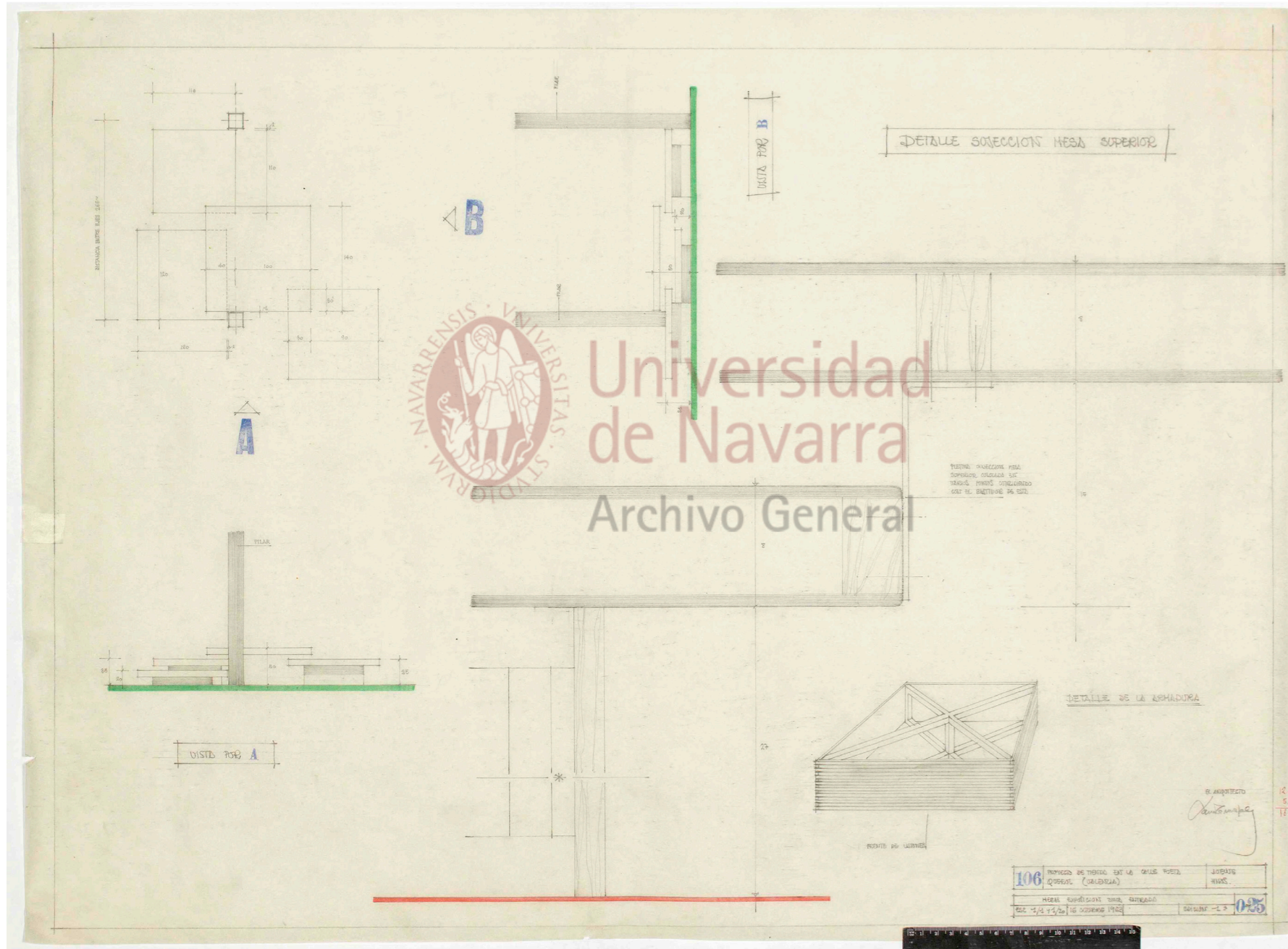
ALZADOS Y PLANTA

AXONOMETRÍA DE MONTAJE

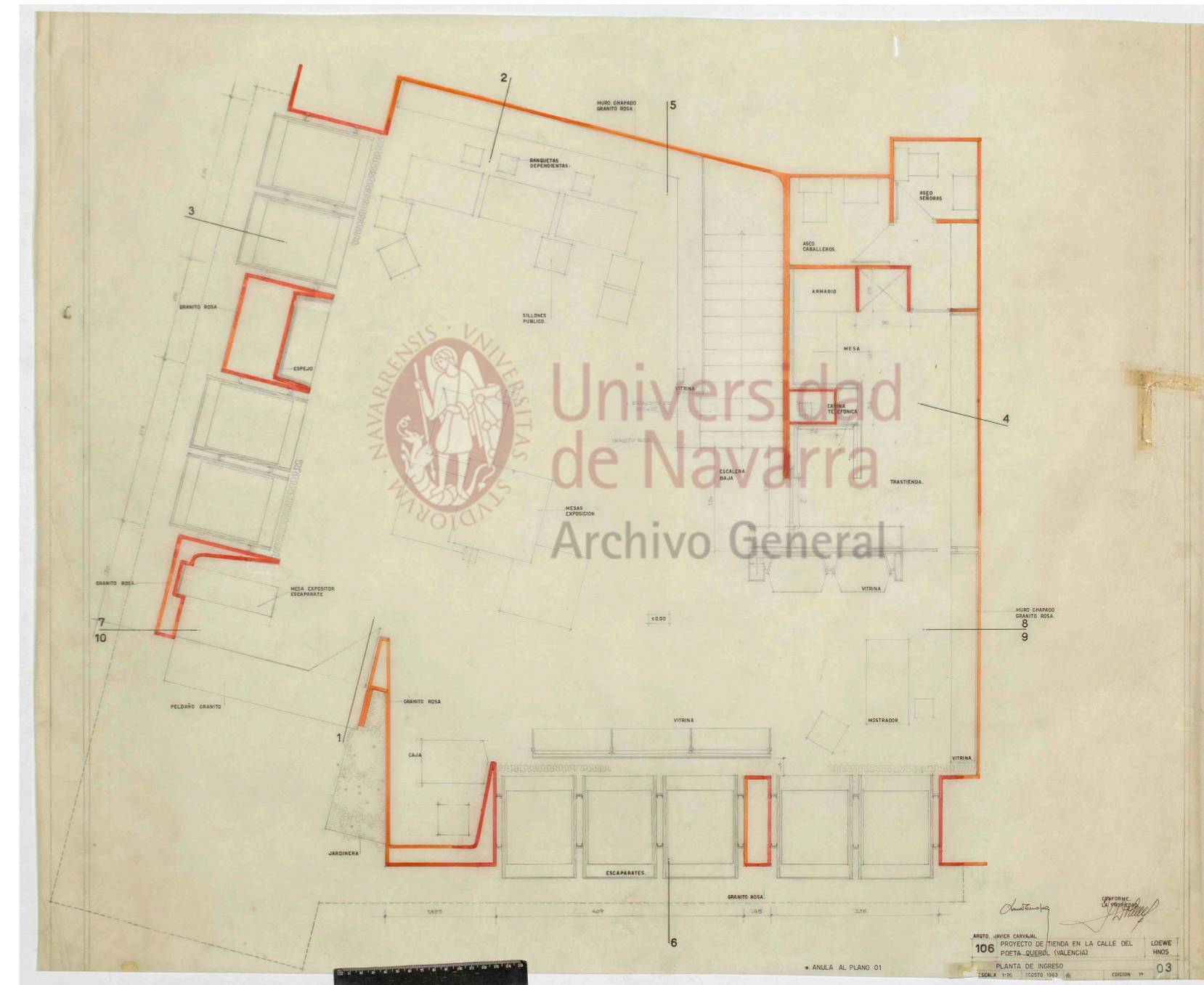


MODELO

MATERIALES	Madera de roble y acero
USO	Exposición de los artículos de viaje de gran tamaño como son las maletas y neceseres.
FORMA	Bandejas y pilares de planta y sección cuadrada
UBICACIÓN	Situados en la entrada inmediata al local.
PUNTOS EN COMÚN	Geometría regular.
REFERENTES	



ESCUELA TÉCNICA SUPERIOR DE ARQUITECTURA DE VALLADOLID

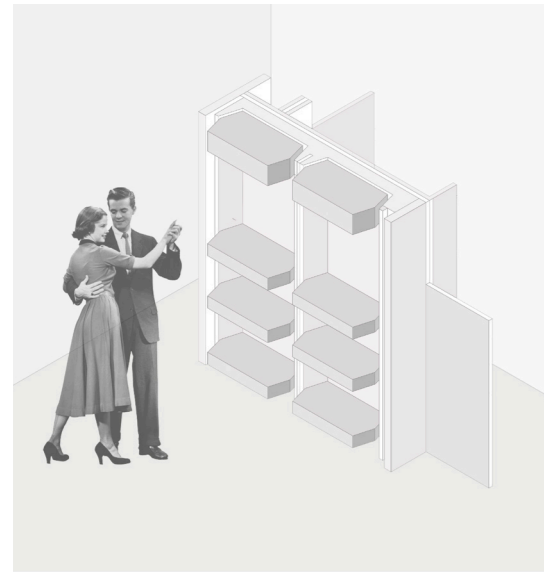


CARVAJAL EXHIBE LOEWE: ANÁLISIS Y RESTAURACIÓN GRÁFICA DEL MOBILIARIO DE LAS TIENDAS

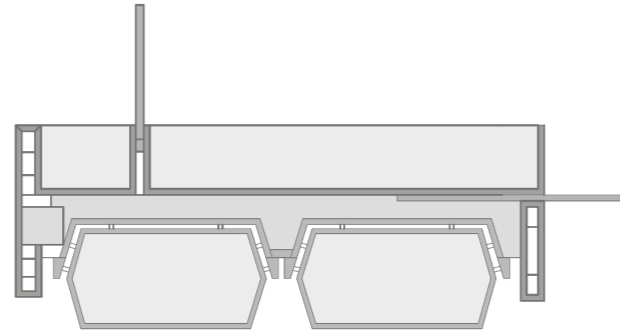
PLANIMETRÍAS



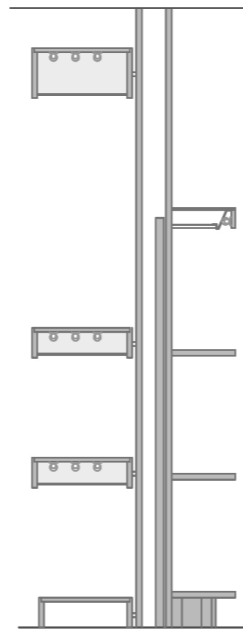
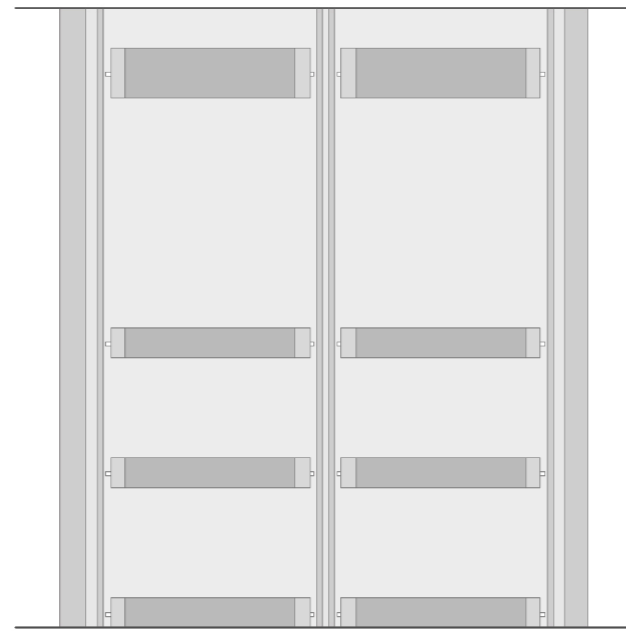
PLANTA UBICACIÓN



VISTA

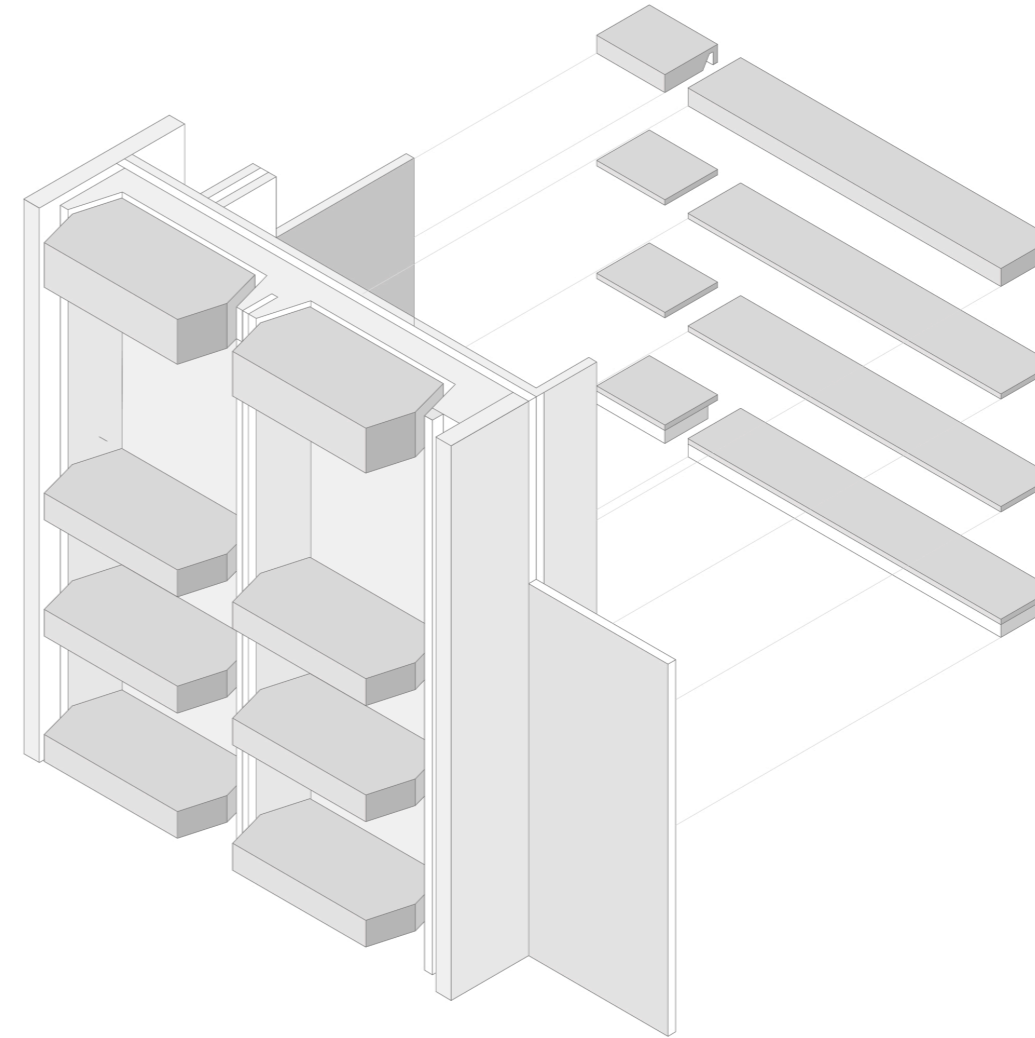


PLANTA



ALZADOS Y SECCIÓN

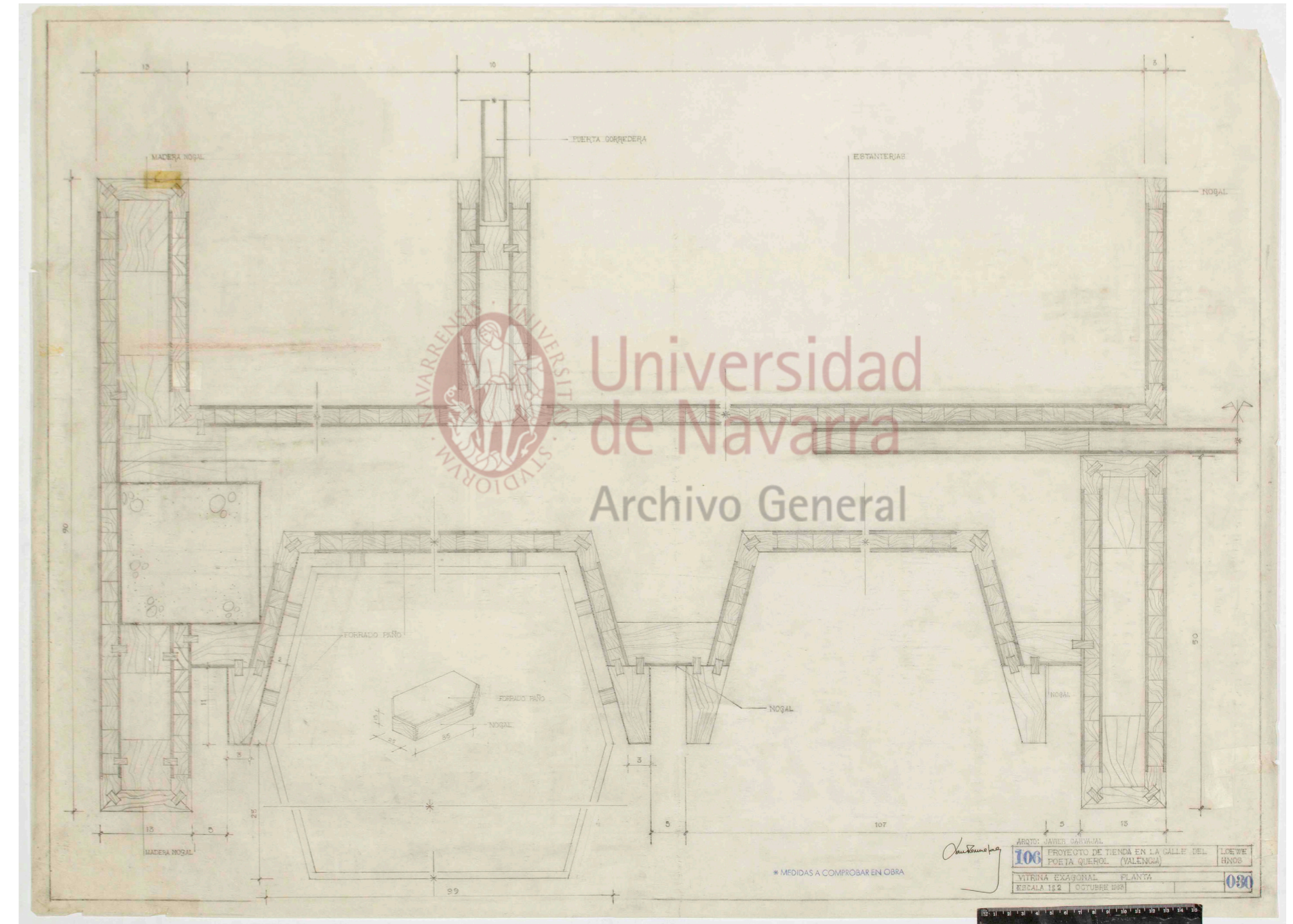
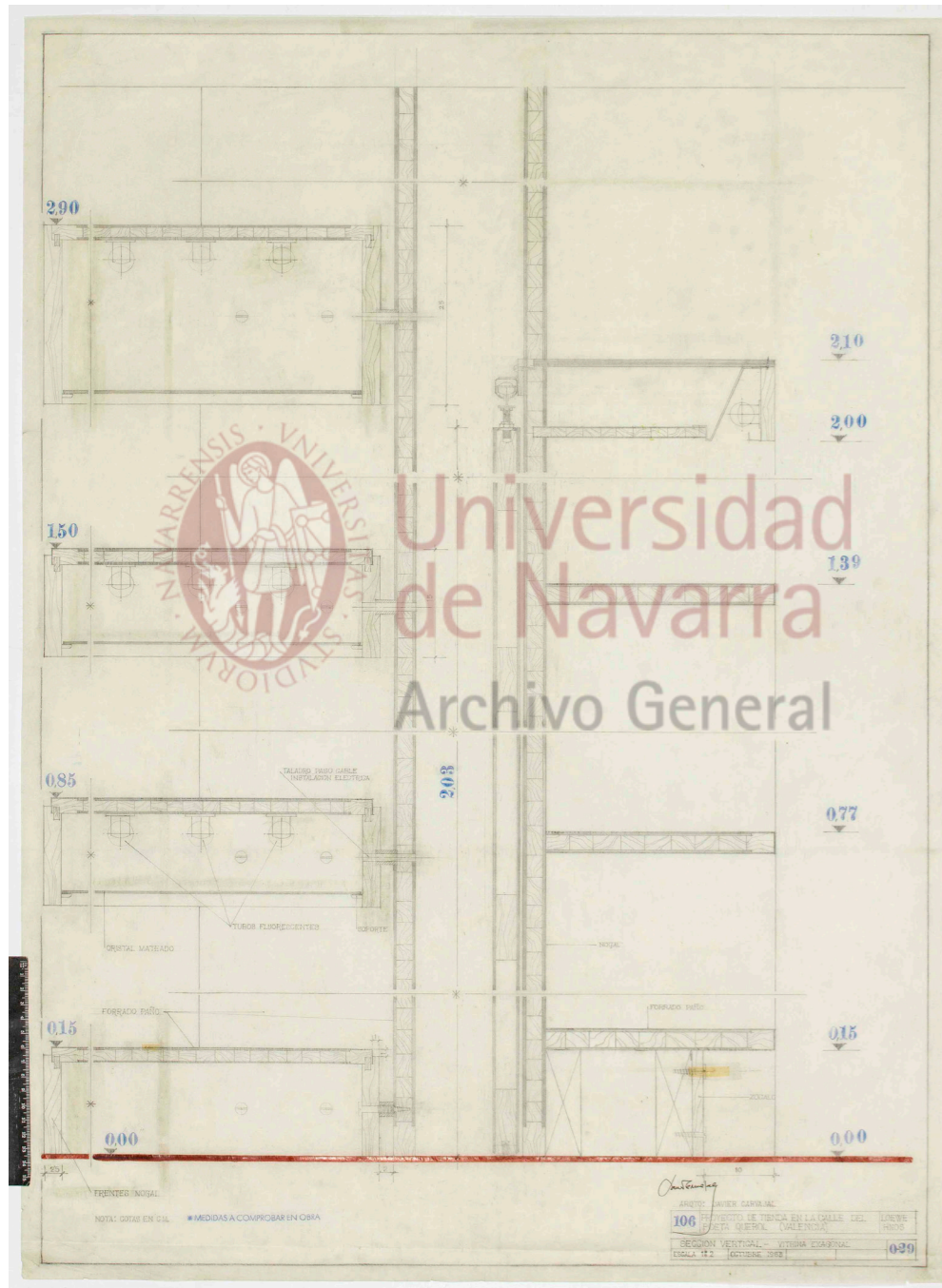
AXONOMETRÍA DE MONTAJE



MODELO

MATERIALES	Madera de roble y vidrio
USO	Exposición de los artículos y muro separador del espacio
FORMA	La pieza expositiva forma hexagonal y la privada, sencilla, rectangular.
UBICACIÓN	Situado en el punto de inflexión entre la parte pública y privada de la tienda.
PUNTOS EN COMÚN	Uso de las formas hexagonales como en otros muebles expositivos.
REFERENTES	

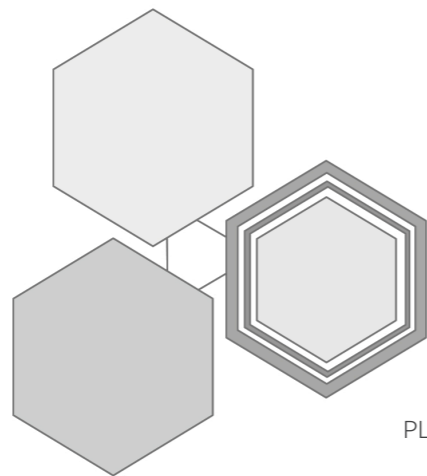




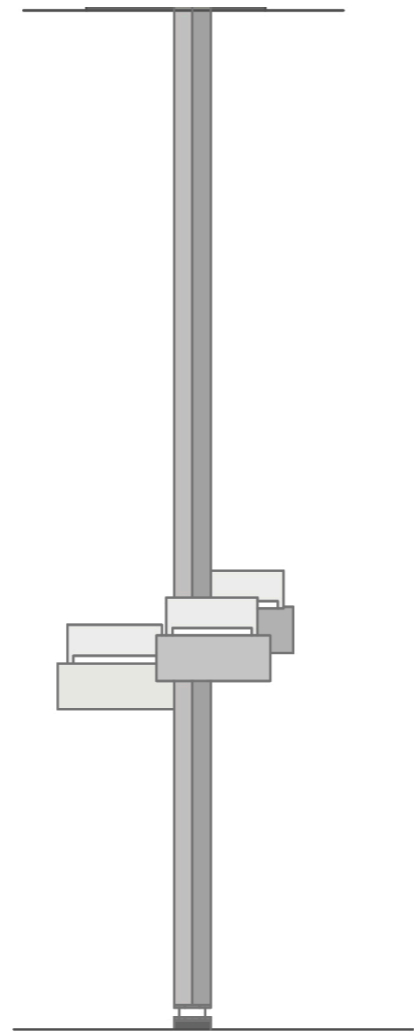
PLANIMETRÍAS



PLANTA UBICACIÓN



PLANTA

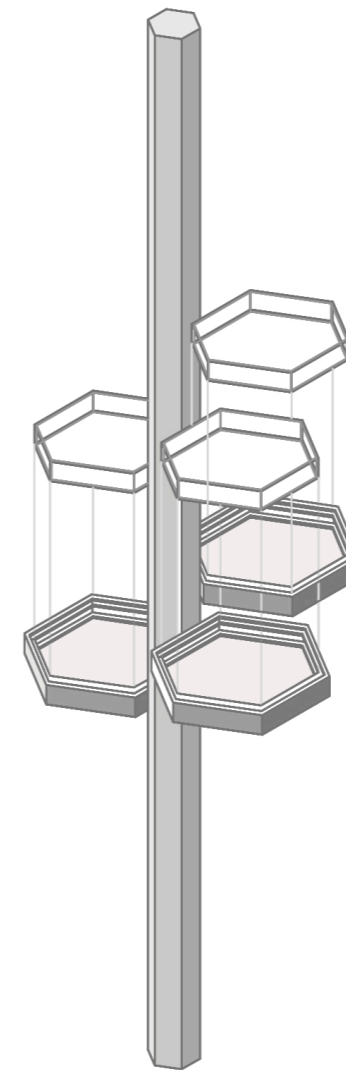


ALZADO



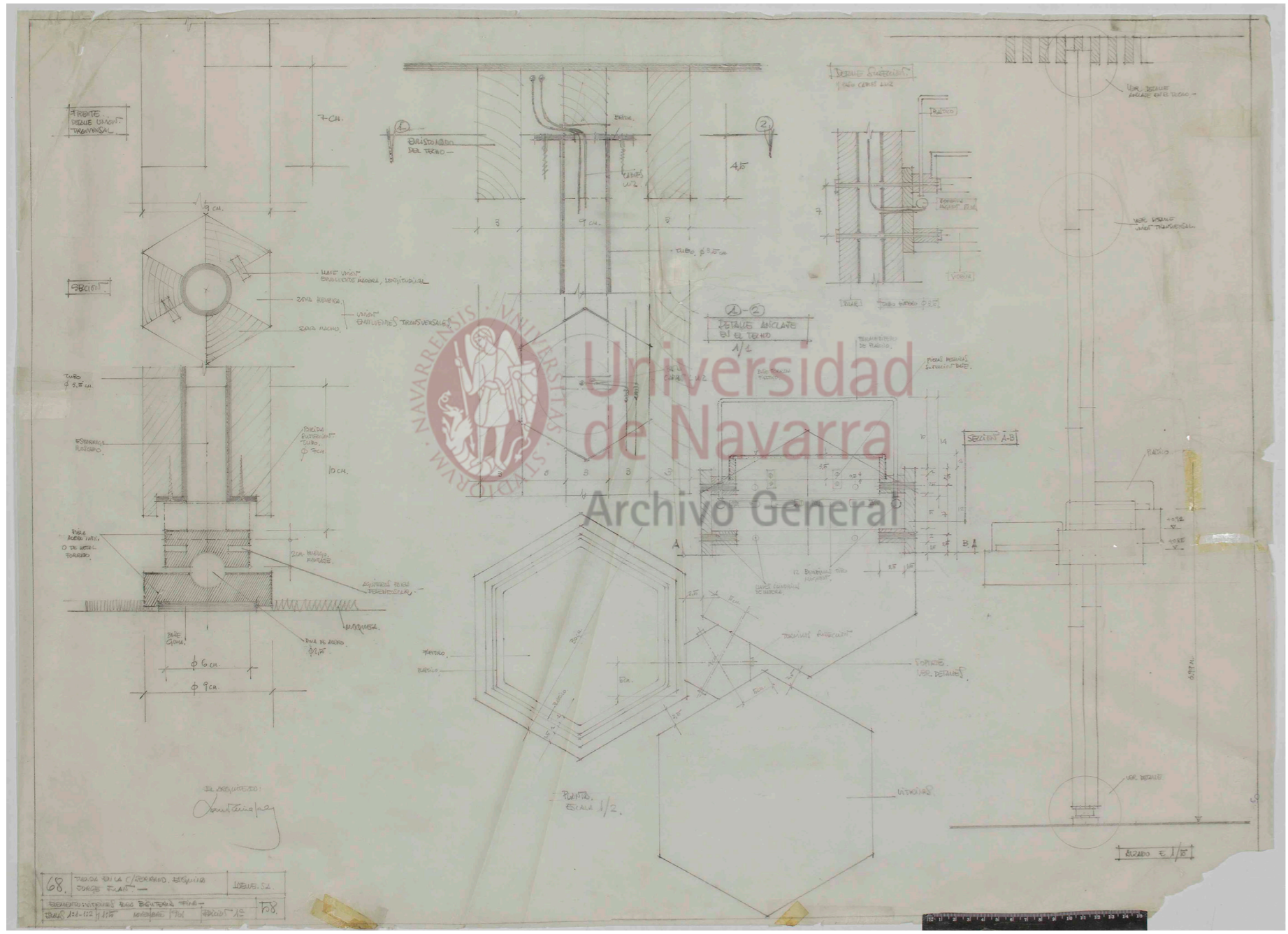
VISTA

AXONOMETRÍA DE MONTAJE



MODELO

MATERIALES	Madera de roble y vidrio
USO	Madera de roble, acero, vidrio y terciopelo en la base.
FORMA	Muestra de los artículos más exclusivos y pequeños de la firma.
UBICACIÓN	Todas sus piezas: el pilar, las bases y las vitrinas de vidrio son de planta hexagonal.
PUNTOS EN COMÚN	Está empotrada en la pared, localizada en grandes puntos de visión en toda la tienda.
REFERENTES	Usa las formas hexagonales para exhibir los artículos más lujosos de la colección.



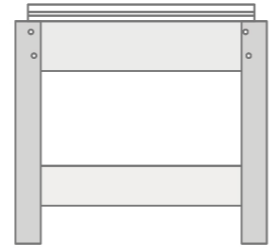
PLANIMETRÍAS



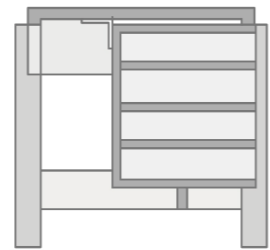
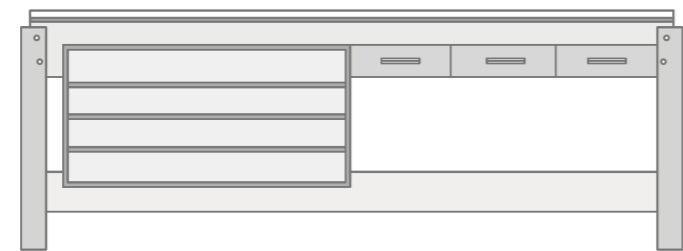
PLANTA UBICACIÓN



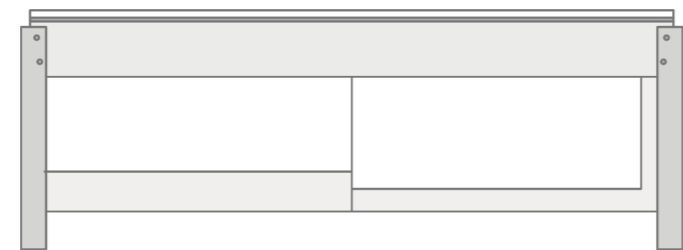
VISTA



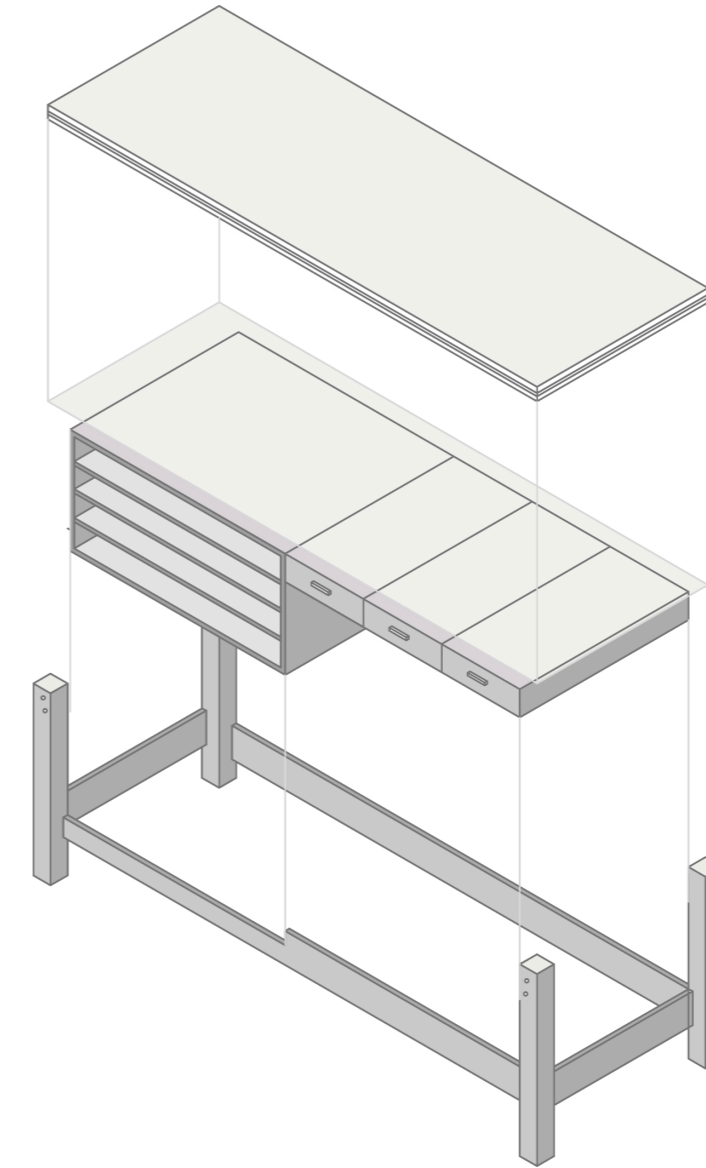
PLANTA Y ALZADO



ALZADOS



AXONOMETRÍA DE MONTAJE



MODELO

**MATERIALES** Madera de roble, vidrio y acero.

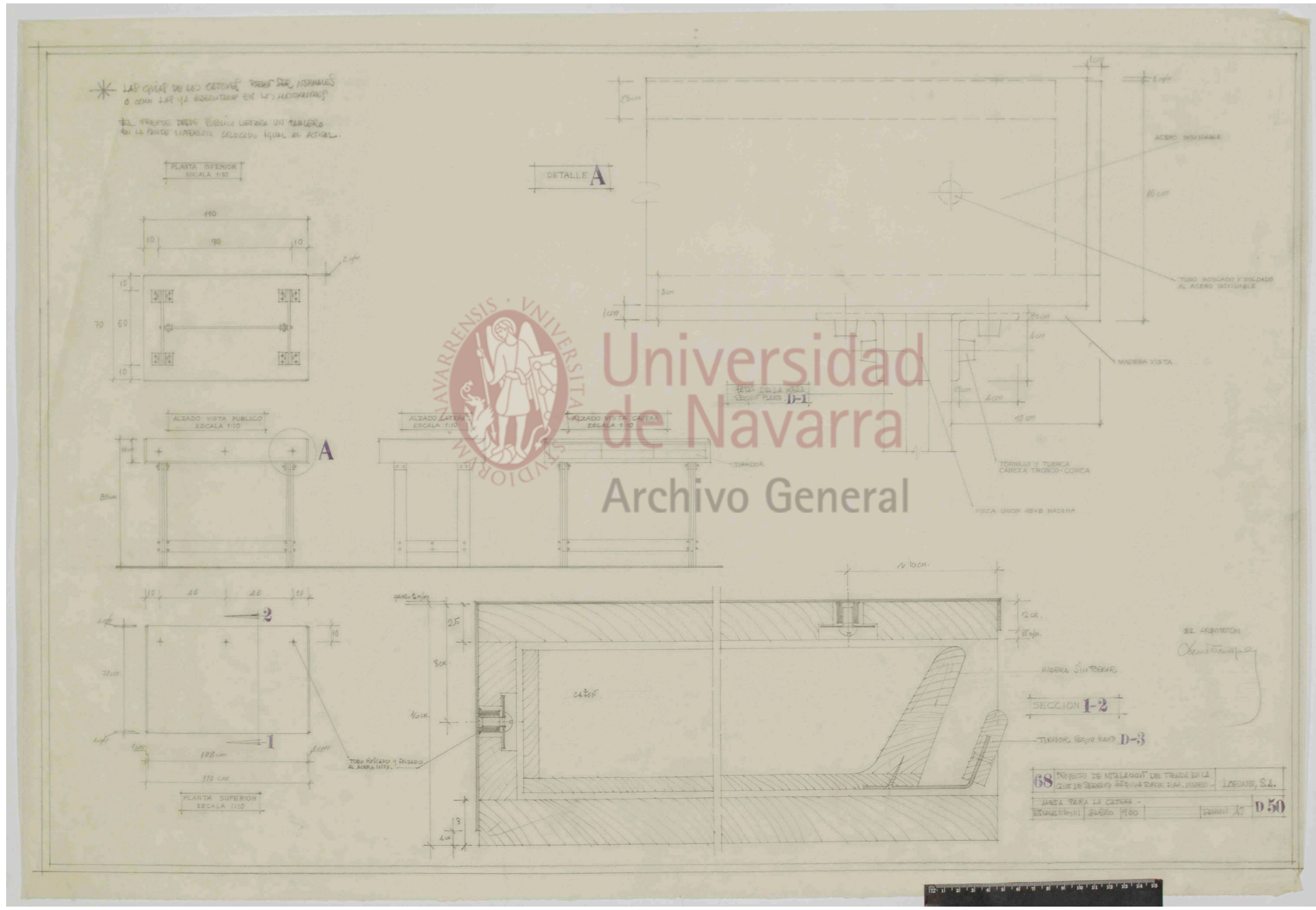
**USO** Servicio de atención al cliente para pagar junto de almacenaje.

**FORMA** Piezas de base cuadradas y rectangulares.

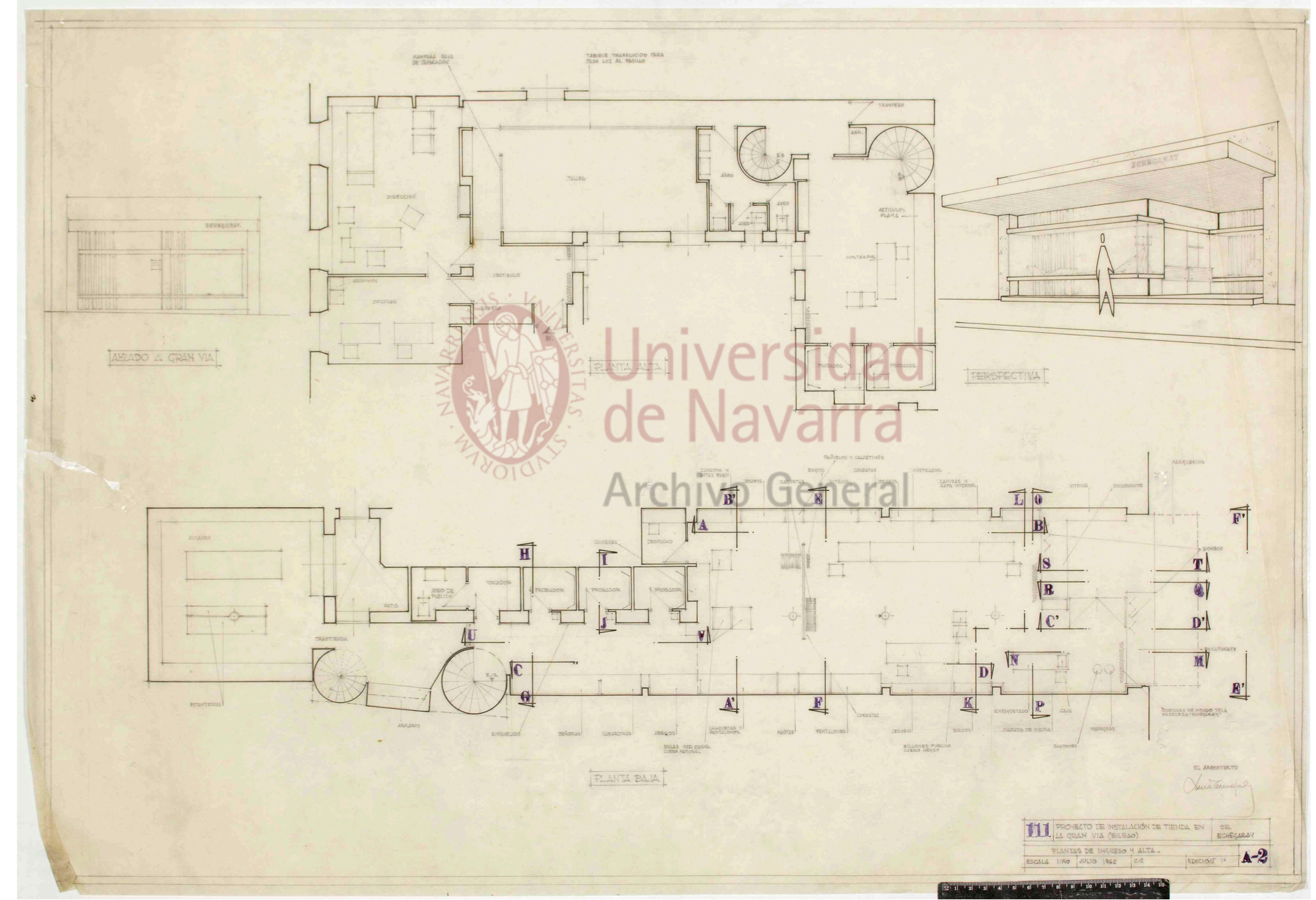
**UBICACIÓN** Lugar apartado dentro de la planta para dejar el máximo espacio a la exposición.

**PUNTOS EN COMÚN** Mismo diseño que las vitrinas expositivas de menor altura.

**REFERENTES**






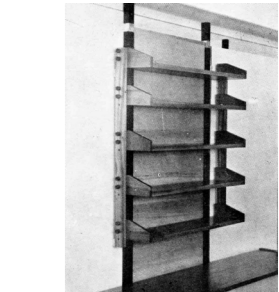


ESCUELA TÉCNICA SUPERIOR DE ARQUITECTURA DE VALLADOLID



CARVAJAL EXHIBE LOEWE: ANÁLISIS Y RESTAURACIÓN GRÁFICA DEL MOBILIARIO DE LAS TIENDAS

CUADRO RESUMEN

	MADRID	BILBAO	MALLORCA	BARCELONA	VALENCIA	OTROS
ASIENTOS						
MESAS						
VITRINAS						

Dibujo de la autora.

## 6. CONCLUSIONES

La relación entre la arquitectura y la moda ha estado muy presente en los últimos tiempos. Con este trabajo hemos podido ver, cómo se han relacionado ambos mundos a través del mobiliario y las tiendas, que trabajan como nexo de unión.

En la primera parte del trabajo hemos visto cómo arquitectos de la época ya empezaban a mostrar preocupación por el diseño de los edificios, pero también del diseño de su interior, de los espacios, de las piezas de menor escala que participan dentro también de la arquitectura. Se han mostrado algunos ejemplos, los cuales se consideran pioneros en este campo y que supusieron un antes y un después en el diseño industrial dentro de la unión de las artes.

Dentro de los arquitectos que destacaron en la nueva forma de crear arquitectura, queriendo juntar el arte, el diseño industrial y la arquitectura, hemos visto el ejemplo de Javier Carvajal,. Él, con sus diseños para las tiendas de Loewe, crea verdaderos espacios cuidados y especiales, un cambio que estaba buscando la firma, en una época en la que los hábitos de consumo empezaban a cambiar.

Tras haber realizado un análisis de sus proyectos en algunas de sus tiendas más representativas en España, y más tarde de varias de sus piezas del mobiliario se ha podido llegar a entender cuáles fueron los procesos que determinaron las decisiones que tomó el arquitecto para resolver los locales de la firma. Para llegar a cabo el análisis se ha procedido a una restitución gráfica de las tiendas y del mobiliario, llegando éste último hasta a reproducir en un modelo de tres dimensiones.

Este trabajo realizado con los planos y diseños originales realizados por Carvajal, como modo de conocimiento profundo, ha sido clave para la valoración del proyecto y todos los aspectos que ello engloban. De esta manera se ha obtenido un conocimiento en profundidad de los locales y de sus piezas. En este sentido, los planos muestran milímetricamente los detalles a los que llegó en el diseño de los establecimientos, eligiendo cuidadosamente los materiales y colores de cada paramento, diseñando y seleccionando la iluminación de las distintas estancias o zonas comerciales, y hasta trazando la caligrafía de los rótulos de las fachadas.

Dentro de los referentes que pudo tener Javier Carvajal para el diseño de los locales, se han visto los diseños que el arquitecto Feduchi, realiza previamente para Loewe, y que luego Carvajal realiza mobiliario siguiendo sus líneas del diseño. También otros como Moneo y Fisac, realizan en la misma época diseños para otros locales comerciales, llegando a realizar la totalidad del mobiliario de éstos. Carvajal toma como referentes estos arquitectos españoles coincidentes en

su misma época, pero también tiene influencias de la arquitectura que estaba siendo construida en el norte de Europa previamente.

El protagonista de este trabajo realiza piezas exclusivas para cada local de firma de moda, pero sigue siempre las mismas líneas de diseño, materiales, acabados, formas y dimensiones. Incorpora el ‘asiento y butaca Loewe ‘ que en un primer momento para la tienda de Madrid, pero más tarde incorporó en todos sus locales como piezas esenciales articuladoras del espacio.

A la hora de crear sus mesas varían dependiendo del local pero siempre con forma rectangular y el mismo material que el resto del mobiliario, la madera de roble. Algo que también ocurre en el caso de las vitrinas de exposición, las cuales varían algunos aspectos como sus dimensiones, pero siempre teniendo como base la ‘vitrina tipo’ que diseñó. Otras de las formas más particulares que usa para algunos diseños específicos, como es el hexágono, se repite en algunas de sus piezas, mostrando también con ellas una continuidad en el diseño que hacía particularmente para cada establecimiento. Por último, en el caso particular del Showroom de Barcelona, se ha visto cómo se utiliza la forma geométrica del círculo, tanto para la pieza clave del establecimiento, como para las mesas que componen el lugar de exhibición, o incluso en las vitrinas que hace forma de chaflán y la curva. Pero en todos esos casos usa la misma forma de vitrina tipo.

Hemos podido comprobar cómo la relación que se establece entre la arquitectura y la moda se ha ido configurando a través de los elementos que les une, como son las piezas del mobiliario en las que los productos se expone, y también los espacios que la rodean. Encontramos entre ambos mundos un interés por formar parte la una de la otra y trabajando por los intereses comunes.

## 7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Pérez Blanco, Elena “El escaparate y la incorporación de las nuevas tecnologías: Casos de Estudio Roca y Loewe”. (TFG, Tutora María Jesús Muñoz Pardo, ETSAM, Madrid, 2017), 13-80

Santa Engracia, Leticia “Visual merchandising”. (tesis de licenciatura, ESI Valladolid, Valladolid, 2013), 15-16

Villanueva, María. Josa Martínez, María Eugenia. “Loewe, tradición en la imagen de la marca”. (trabajo de investigación Universidad de Navarra, Pamplona, 2019), 19-23

Fullaondo, Juan Daniel. 1968 “El fenómeno de la tienda en el contexto de la ciudad” (*Sesión de crítica de Arquitectura, revista Arquitectura*, COAM, Madrid, 1968) 111, 21-51

Jiménez, I. (2008). El diseño de espacios para la sociedad de la moda plena. En: AA.VV. (Ed.), Loewe años 60. Cuestión de estilo (pp. 16-31). Pamplona, España: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra.

Villanueva Fernández, María.García-Diego, Héctor Villarías, “El arquitecto y los inicios del diseño industrial en España.” (Tesis de investigación, rita nº6, 2016), 116-123

Delgado Orusco, Eduardo “Conversaciones con Javier Carvajal Ferrer”( extraído de “La obra madura” *Revista Arquitectura*, COAM nº316, Madrid 1998), 20-23

Pabellón de España en la Bienal de Venecia, ‘*Revista nacional de Arquitectura*’ (1955, nº168), 7-10

F. Fariña Martínez, E. Colomé Montañés, A. Juárez Chicote “Crítica y humanismo en el pabellón de Nueva York de Javier Carvajal” 2020

Labarta Aizpún, Carlos. Tárrago Mingo, Jorge “Carvajal y la voluntad de ser arquitecto, la construcción del

proyecto y la belleza eficaz.” (Revista “*Proyecto, Progreso y Arquitectura*”, Universidad de Sevilla, 2015), 39-51  
González Presencio, Mariano “Quince años de Arquitectura. Noticias sobre Javier Carvajal y otros” capítulo de “*De Roma a Nueva York: Itinerarios de la nueva arquitectura española 1950-1965*” (Universidad de Navarra, Pamplona) 213-234

Barrueco Ecijano, Julia “Arquitectura, diseño y arte en las tiendas de Carvajal para Loewe” (TFG de Grado. ETSA Universidad Politécnica de Madrid, 2019)

Josa Martínez, María Eugenia. Antón Sancho, Javier. Villanueva Fernández, María “La tienda como proyecto global: Loewe en Valencia” (Revista de Arquitectura de la Universidad CEU San Pablo, Madrid, 2018), 77-88

Antón Sancho, Javier. González Presencio, Mariano “*Dibujo y control. El trabajo de Javier Carvajal para Loewe*”, 2019

Josa, M. y Villanueva, M. (2017). La Serrano de Loewe, Javier Carvajal: análisis de proyecto arquitectónico. Estoa, *Revista de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Cuenca*, 6(10), 91-100

Josa Martínez, María Eugenia. Antón Sancho, Javier], María Villanueva Fernández. ‘La Serrano de Loewe. Javier Carvajal: análisis de proyecto arquitectónico’.

Josa Martínez, María Eugenia y Naya, Carlos. “La tienda Loewe de Serrano, imagen comercial proyectada desde la arquitectura de Javier Carvajal.” TFG Universidad Politécnica de Madrid, 2019

‘*Revista Nacional de arquitectura*’ (1958, nº200), 44-46

‘Catálogo de muebles años 50-60’, COAM

Alegret, Anna La historia de Loewe. <https://enriqueortegaburgos.com/la-historia-de-loewe/>

Moda: Loewe, una historia de la marca de moda que representa un lujo en España. <https://www.myluxepoint.com/moda-loewe-una-historia-la-marca-moda-representa-lujo-espana/#.YNs4N6gzblU&gsc.tab=0>

Los archivos Loewe. <http://www.blogfundacionloewe.es/2018/12/los-archivos-loewe/>

Revisión interior. El blog de inshop interiores comerciales. <http://www.inshop.es/search?q=javier+carvajal>

Mirando atrás. La máquina para vender 1. <http://www.inshop.es/search?q=javier+carvajal>

Mirando atrás. Loewe y Javier Carvajal 3. <http://www.inshop.es/2011/09/mirando-atras-loewe-y-javier-carvajal-3.html>

Mirando atrás. La máquina para vender 2. <http://www.inshop.es/2011/01/mirando-atras-la-maquina-para-vender-2.html>

Mirando atrás. Tienda Loewe. Javier Carvajal. <http://www.inshop.es/2011/01/mirando-atras-tienda-loewe-javier.html>

Catálogo muebles años 50-60. <https://www.coam.org/es/fundacion/servicio-historico/catalogo-muebles-decada-50-60>

Javier Feduchi. <https://arquitecturaviva.com/articulos/javier-feduchi>

Iñaki Bergera Serrano “Ensayar la Arquitectura : Locales comerciales 1949 – 1961” (Universidad de Navarra)



## FUENTE DE ILUSTRACIONES

1. Imagen extraída de <http://www.inshop.es/search?q=javier+carvajal>

2. Imagen extraída de <http://www.inshop.es/search?q=javier+carvajal>

3. Imagen extraída de ‘Catálogo de muebles años 50-60’, COAM

4. Imagen extraída de ‘Catálogo de muebles años 50-60’, COAM

5. Imagen extraída de ‘Catálogo de muebles años 50-60’, COAM

6. Imagen extraída de <http://www.inshop.es/search?q=javier+carvajal>

7. Imagen extraída de ‘Gran Vía 1910-2010’ Ayuntamiento de Madrid

8. Imagen extraída de ‘Gran Vía 1910-2010’ Ayuntamiento de Madrid

9. Imagen extraída de ‘Gran Vía 1910-2010’ Ayuntamiento de Madrid

10. Imagen extraída de <https://www.fromspaintouk.com/2015/04/21/crystal-palace-park-el-parque-del-palacio-sin-palacio/>

11. Imagen extraída de <https://es.wikiarquitectura.com/edificio/crystal-palace/>

12. Imagen extraída de <https://www.pinterest.es/pin/391250286347707139/>

13. Imagen extraída de <http://www.inshop.es/2012/11/mr-selfridge.html>

14. Imagen extraída de Elena Pérez Blanco, “El escaparate y la incorporación de las nuevas tecnologías: Casos de Estudio Roca y Loewe”. TFG

15. Imagen extraída de <https://www.pinterest.es/pin/505880970623486120/>

16. Imagen extraída de <http://www.inshop.es/search?q=javier+carvajal>

17. Imagen extraída de [https://www.gentleman.elconfidencial.com/gentlemania/2019-07-10/hilton-hotel-cien-anos\\_2114135/](https://www.gentleman.elconfidencial.com/gentlemania/2019-07-10/hilton-hotel-cien-anos_2114135/)

18. Imagen extraída de <https://www.xatakafoto.com/historia-de-la-fotografia/el-aniversario-de-catala-roca-el-mejor-fotografo-espanol>

19-27. Imagen extraída de Juan Daniel Fullaondo, “El fenómeno de la tienda en el contexto de la ciudad” (Sesión de crítica de Arquitectura, revista Arquitectura, COAM, Madrid, 1968), 21-51

28-40. Imagen extraída de ‘Catálogo de muebles años 50-60’, COAM

41. Imagen extraída de <https://www.metalocus.es/es/noticias/casa-carvajal-por-javier-carvajal-ferrer-en-la-vi-edicion-de-open-house-madrid#>

42. Imagen extraída de <https://www.metalocus.es/es/noticias/casa-carvajal-por-javier-carvajal-ferrer-en-la-vi-edicion-de-open-house-madrid#>

43. Imagen extraída de <https://www.metalocus.es/es/noticias/casa-carvajal-por-javier-carvajal-ferrer-en-la-vi-edicion-de-open-house-madrid#>

44. Imagen extraída de <https://www.revistaad.es/decoracion/articulos/carvajal-arquitecto-humanista/16799>

45. Imagen extraída de Pabellón de España en la Bienal de Venecia, ‘Revista nacional de Arquitectura’ (1955, nº168), 7-10

46. Imagen extraída de Pabellón de España en la Bienal de Venecia, ‘Revista nacional de Arquitectura’ (1955, nº168), 7-10

47. Imagen extraída de Mariano González Presencio, “Quince años de Arquitectura. Noticias sobre Javier Carvajal y otros” capítulo de “De Roma a Nueva York: Itinerarios de la nueva arquitectura española 1950-1965.” (Universidad de Navarra, Pamplona)

48. Imagen extraída de Mariano González Presencio, “Quince años de Arquitectura. Noticias sobre Javier Carvajal y otros” capítulo de “De Roma a Nueva York: Itinerarios de la nueva arquitectura española 1950-1965.” (Universidad de Navarra, Pamplona)

49. Imagen extraída de ‘Catálogo de muebles años 50-60’, COAM

50. Imagen extraída de ‘Catálogo de muebles años 50-60’, COAM

51. Imagen extraída de F. Fariña Martínez, E. Colomé Montañés, A. Juárez Chicote “Crítica y humanismo en el pabellón de Nueva York de Javier Carvajal” 2020

52. Imagen extraída de F. Fariña Martínez, E. Colomé Montañés, A. Juárez Chicote “Crítica y humanismo en el pabellón de Nueva York de Javier Carvajal” 2020

53. Imagen extraída de ‘Revista Nacional de arquitectura’ (1958, nº200), 44-

54. Imagen extraída de ‘Revista Nacional de arquitectura’(1958, nº200),44-46

55. Imagen extraída de ‘Catálogo de muebles años 50-60’, COAM

56. Imagen extraída de <http://www.inshop.es/search?q=javier+carvajal>

57. Imagen extraída de <http://www.inshop.es/search?q=javier+carvajal>

58. Imagen extraída de <http://www.inshop.es/search?q=javier+carvajal>

59. Imagen extraída de <http://www.inshop.es/search?q=javier+carvajal>

60. Imagen extraída de <http://www.inshop.es/2011/09/mirando-atras-loewe-y-javier-carvajal-1.html>

61. Imagen extraída de <http://www.inshop.es/search?q=javier+carvajal>

62. Imagen extraída de <http://www.inshop.es/2011/09/mirando-atras-loewe-y-javier-carvajal-2.html>

63. Imagen extraída de Concha García-Hoz Rosales, ‘Mariquita Pérez’ (2006), 7-8

64. Imagen extraída de <https://www.vogue.es/moda/modapedia/marcas/loewe/143>

65. Imagen extraída de <https://www.vogue.es/moda/modapedia/marcas/loewe/143>

66. Imagen extraída de <https://www.vogue.es/moda/modapedia/marcas/loewe/143>

67. Imagen extraída de <http://www.blogfundacionloewe.es/tag/50-anos-despues-el-pabellon-espanol-de-javier-carvajal-para-la-196465-new-york-worlds-fair/>

68. Imagen extraída de ‘España en las Trienales de 1951, 1954 y 1957: diplomacia cultural e imagen de modernidad’ Fundación histórica del diseño

69. Imagen extraída de ‘España en las Trienales de 1951, 1954 y 1957: diplomacia cultural e imagen de modernidad’ Fundación histórica del diseño

70. Imagen extraída de ‘España en las Trienales de 1951, 1954 y 1957: diplomacia cultural e imagen de modernidad’ Fundación histórica del diseño

71. Imagen extraída de <http://www.inshop.es/search?q=javier+carvajal>

72. Imagen extraída de <http://www.inshop.es/search?q=javier+carvajal>

73. Imagen extraída de <http://www.inshop.es/search?q=javier+carvajal>

74. Imagen extraída de <https://volumen-mo.com/blog/loewe-y-javier-carvajal-cuando-la-moda-se-puso-en-manos-de-la-arquitectura-para-modernizar-su-imagen/>

75. Imagen extraída de F. Fariña Martínez, E. Colomé Montañés, A. Juárez Chicote “Crítica y humanismo en el pabellón de Nueva York de Javier Carvajal” 2020

76. Imagen extraída de <http://www.inshop.es/search?q=javier+carvajal>

77. Imagen extraída de Elena Pérez Blanco, “El escaparate y la incorporación de las nuevas tecnologías: Casos de Estudio Roca y Loewe”. TFG

78-82. Imagen extraída de <http://www.inshop.es/2011/09/mirando-atras-loewe-y-javier-carvajal-1.html>

83. Imagen extraída de Juan Daniel Fullaondo, “El fenómeno de la tienda en el contexto de la ciudad” (Sesión de crítica de Arquitectura, revista Arquitectura, COAM, Madrid, 1968), 21-51

84. Imagen extraída de ‘Catálogo de muebles años 50-60’, COAM

85. Imagen extraída de Juan Daniel Fullaondo, “El fenómeno de la tienda en el contexto de la ciudad” (Sesión de crítica de Arquitectura, revista Arquitectura, COAM, Madrid, 1968), 21-51

86. Imagen extraída de ‘Catálogo de muebles años 50-60’, COAM

87-94. Imagen extraída <http://www.inshop.es/2011/09/mirando-atras-loewe-y-javier-carvajal-2.html>

95. Imagen extraída de <http://www.inshop.es/search?q=javier+carvajal>

