

---

# LA RETOLACIÓ COMERCIAL: PATRIMONI CULTURAL I CIUTADÀ

ANDREU BALIUS

---

## Una qüestió terminològica

Des de començaments d'aquest segle, en el disseny gràfic, s'està extenent l'ús del terme «lettering» per referir-se a aquell tipus d'especialitat que te que veure amb la confecció d'una paraula o d'un text —normalment curt— per mitjà de la tècnica del dibuix (el dibuix de lletres, xifres i d'altres signes vinculats amb la llengua escrita). El *lettering* pot aplicar-se a la creació de marques comercials, la composició d'eslògans publicitaris o la realització de rètols indicadors. Però aquest terme d'origen anglosaxó té una accepció molt més genèrica i que equivaldria

a allò que tradicionalment s'ha definit amb la paraula «retolació». És a dir, compondre un text amb l'objectiu d'advertir o informar al vianant del nom d'una marca comercial o la senyalització d'un lloc. En un rètol podem trobar-hi aplicades diverses tècniques a l'hora de situar el text. Antigament, el dibuix a pincell o el gravat sobre pedra va ser allò que va servir per donar forma a les lletres<sup>1</sup>; actualment, altres materials com el vinil de tall o les pantalles de leds substitueixen la manera tradicional de 'dibuixar' o donar visibilitat a la informació textual de gran format. En la retolació també són importants els materials utilitzats ja que, en molts casos, el tipus de material —i el suport— pot acabar condicionant la tècnica a utilitzar.

En la retolació aplicada a l'arquitectura, cal distingir entre aquell tipus de rètols que tenen una funció indicativa-informativa (allò que entenem com a senyalitzadors) respecte d'aquells que tenen una funcionalitat identificadora; encara que, en molts casos, ambdues categories estan relacionades.

Parlem de senyalètica en els casos en que el tipus de retolació ens informa i indica sobre la ubicació, la direccionalitat, i ens orienta sobre els fluxes de circulació a seguir en un determinat espai o àrea geogràfica. Joan Costa defineix senyalètica com «una disciplina de la comunicació ambiental i de la informació que te per objectiu orientar les decisions i les accions dels individus en llocs on es presten serveis»<sup>2</sup>, i distingeix entre senyalètica i senyalització. A vegades les senyals poden estar conformades per altres elements (icones, colors...) i no necessàriament utilitzar text. El tipus d'objectiu a l'hora de comunicar és clau per entendre les decisions preses en termes de disseny: el tipus de lletra seleccionat, els colors, els diversos materials utilitzats...

<sup>1</sup> A l'antiga Roma, la lletra era dibuixada en relleu a cop de cisell sobre la pedra d'edificis i monuments, com una manera de deixar l'empremta de les gestes dels emperadors i perpetuar la seva memòria.

<sup>2</sup> Costa, Joan. *Diseñar para los ojos*. La Paz: Grupo Editorial Design, 2003, p 101.

Quan la retolació forma part d'un pla d'imatge coordinada, on els diversos elements amb els que interactua i/o s'integra responen a una idea unitària de disseny, és llavors quan parlem de retolació aplicada a identitat institucional o corporativa. És aquí on el rètol esdevé una part més del «vocabulari» comunicatiu d'un determinat espai comercial amb l'objectiu d'aportar personalitat i identitat al negoci (on, certament, també compleix una funció «senyalitzadora», encara que en un segon pla).

Però, malgrat ser un element d'identitat, trobarem que el rètol comercial no sempre formarà part d'un pla coordinat d'imatge global. En la gran majoria de rètols realitzats en les diferents èpoques no hi haurà cap consciència o planificació prèvia, funcionant com un element d'identitat aïllat de la resta.

És a aquest tipus de retolació —el rètol comercial, formant part o no d'una imatge coordinada— al que volem fer referència en aquest breu estudi i que, sens dubte, constitueix una part important del patrimoni gràfic —i cultural— de la ciutat.

Aquest no preten ser un estudi exhaustiu de la gràfica comercial sino un recorregut breu per un àmbit poc estudiat, però no per això menys present en la vida quotidiana del carrer.

## **La retolació comercial**

La necessitat d'identificar un lloc, allà on es comercialitza un producte o allà on es desenvolupa una activitat, ha estat present en tot moment. Trobem ja a l'antiga ciutat de Pompeia elements identificadors de determinades activitats comercials i alguns bons exemples de retolació [1].



**Fig. 1** Retolació comercial a Pompeia

**Fig. 2** Representació d'una bota a la llinda d'una porta. Carrer de Sant Vicenç. Barcelona.

**Fig. 3** Representació del objecte a gran tamany com element senyalitzador. La casa dels Paraigües Pla de la Boqueria, Barcelona.

A l'Edat Mitjana, on la major part de la població era analfabeta, la identificació d'un determinat taller o comerç es senyalitzava per mitjà d'un indicador, emblema o símbol a l'entrada. En les societats gremials, el mateix objecte produït era situat en un lloc ben visible a l'exterior del taller, a vegades en un tamany molt més gran per tal de ser vist a distància<sup>3</sup>. Més endavant, el producte real va ser substituït per un referent icònic. Així l'activitat i el producte resultant varen ser representats per algunes de les eines utilitzades en la seva confecció: així una serra simbolitzava el taller del fuster o unes tisores grabades en relleu sobre la llinda d'una porta indicaven l'entrada al taller d'un sastre.

Aquesta era la manera més antiga de «retolar» i senyalitzar un determinat negoci: utilitzant una mostra del producte o un instrument de treball com a símbol de l'activitat [2]. Aquestes representacions icòniques, que més endavant van adquirir el valor de marca, varen ser tallades en fusta, gravades en pedra o forjades en metall, pel seu caràcter més durador. Aquest tradicional sistema de senyalització comercial es va utilitzar a Barcelona fins ben entrat el segle XIX i es poden veure avui, encara, rastres d'aquesta pràctica. Així, podem trobar alguns exemples d'oficis representats mitjançant marques sobre pedra o baix relleus gravats a la llinda de les portes. A algunes ciutats centro-europees encara es manté la tradició de retolar els comerços utilitzant el recurs de reproduir a gran escala el producte gravat sobre fusta o bé en metall penjat perpendicularment a la façana [3]. Fusta i metall són dos materials prou resistents a la intempèrie i que varen ser utilitzats arreu.

L'arribada dels productes manufacturats com a resultat de la industrialització obligarà a adoptar noves estratègies comercials.

<sup>3</sup> Satué, Enric. *Un museu al carrer: lletres, imatges i tècniques dels rètols comercials a Catalunya*. Barcelona, Diputació de Barcelona, 1984, p 15.

No va ser fins després de la revolució industrial catalana, cap el 1830, i l'avanç social de la burgesia que l'auge del comerç dins de la ciutat afavorirà l'obertura de comerços on l'experiència de la compra-venda prengué una major importància. En aquell moment, el rètol comercial començà a tenir un paper important en la definició, distinció i identificació del lloc.

En el període comprès entre les dues Exposicions Universals —entre els anys 1888 i 1929—, Barcelona es va transformar en una ciutat moderna. Amb el canvi de segle, les botigues es van renovar: de ser petits tallers i magatzems foscos a ser llocs amplis, ben il·luminats i amb aparadors decorats al gust de l'època. Durant aquest període el comerç de productes manufacturats va experimentar una enorme empenta i els rètols comercials es van plantejar com a veritables elements distintius, signes de la imatge d'una ciutat moderna i activa. Va ser una època daurada per al rètol comercial, en un moment on el rètol funcionarà com la «marca» més visible d'una determinada botiga o comerç. Malgrat les vicissituds de la Guerra Civil Espanyola (1936-1939) i dels difícils anys de la postguerra, ens han arribat alguns bons exemples de retolació comercial d'aquell període.

Durant l'època Modernista, els artesans i artistes varen contribuir a elevar el nivell de qualitat d'aquests distintius urbans. Es van emprar tècniques molt diverses com el vidre pintat, el vidre emplomat, el ferro forjat, la fusta i, sobretot, el mosaic i la rajola. Amb el Modernisme no hi ha separació entre les Belles Arts i els oficis artístics. Tot es treballa des de la unitat: de l'arquitectura a la decoració interior i el mobiliari. Des d'aquesta perspectiva es pot arribar a entendre la importància que prenen altres elements menors com el rètol comercial, que acaba integrant-se tan genuïnament en l'aspecte global de l'edifici.

Trobem bons exemples en algunes Farmàcies que encara conserven la seva retolació original i part de la decoració interior, com ara la Farmàcia Bolós (Rambla Catalunya, 77), Farmàcia del Carmen (Carme, 84) o la Farmàcia Nadal (Rambles, 121), per posar uns pocs exemples<sup>4</sup>.

## El paisatge gràfic a Barcelona: Alguns estudis de cas

Els pocs rètols que ens han arribat anteriors a la Guerra Civil i que han estat restaurats o s'han conservat fins avui, mostren una qualitat i mestratge que expliquen aquest període d'apogeu i excel·lència de l'artesania aplicada a la gràfica comercial. En el Modernisme, la llibertat interpretativa de les formes tipogràfiques va ser enorme. Hi ha casos en què les formes de les lletres es deformen de manera natural i orgànica per a ser adaptades a les motlures que li fan de marc (Magatzems El Indio / Carrer del Carme) i que contrastaran amb la sobrietat i geometria de la retolació comercial dels anys 30, quan les idees de la modernitat varen arribar amb força durant els anys de la Segona República. D'aquesta època trobarem lletres de pal sec d'aspecte enèrgic i proporcions poc convencionals. Són rètols on la tipografia pren un valor essencial, lluny del decorativisme anterior (Restaurant Nuria / Rambla de Canaletes; Joieria Roca, actual joieria Tous<sup>5</sup> / Passeig de Gràcia; Granja Vendrell / Carrer Girona). En els anys de postguerra es van realitzar rètols on es barrejaven els estils i les influències. Molts d'aquests rètols, més modestos, varen ser fets mitjançant la tècnica del vidre pintat i la pintura aplicada directament sobre la fusta o la paret. Ens han arribat exemples on

<sup>4</sup> Per a més informació al voltant de la decoració de les farmàcies a Barcelona, consulteu: López Pérez, Fàtima. «L'ornamentació vegetal de les farmàcies modernistes de Barcelona». *Art nouveau & ecology*. 2010. <[http://www.artnouveau-net.eu/portals/0/colloquia/Terrassa\\_Fatima\\_Lopez\\_10092010.pdf](http://www.artnouveau-net.eu/portals/0/colloquia/Terrassa_Fatima_Lopez_10092010.pdf)>. [Consulta: 1/5/2015].

<sup>5</sup> El tipus de lletra de pal sec del rètol actual segueix el mateix estil que l'anterior dels anys 30. Un bon exemple d'integració d'un rètol a una façana pròpia de l'estètica dels anys 30.

es barregen lletres amb referents cal·ligràfics (Merceria La Selecta / Rambla de Catalunya) i lletres d'estructura geomètrica basades en els alfabetes Decó.

En els anys seixanta i setanta apareixen nous materials, com ara els plàstics i els llums de neó. El neó prendrà les formes de les lletres i, en alguns casos, s'aplicarà en una barreja de post-decó i Op-art (Club Niagara / Carrer del Taquígraf Serra). Durant els anys 1970 es reproduïxen símbols i logotips que, des de dalt dels edificis, il·luminaran la ciutat (Mússol de Rótulos Roura / Avgda. Diagonal).

Els models tipogràfics de l'època, com ara els tipus grotescos de pal sec, s'aplicaran en la retolació i es canviarà l'antic rètol pintat per la caixa de plàstic lluminosa.

En l'actualitat es dissenyen nous rètols amb les tècniques de retolació tradicionals i seleccionant els tipus de lletra amb molta cura. S'intenta, d'aquesta manera, donar al local un aire més «vernacular» i antic. Hi ha casos en què un nou negoci ha restaurat i mantingut la vella retolació anterior o l'ha adaptat (Joieria Tous, antiga Joieria Roca / Passeig de Gràcia). Aquest fenomen demostra un creixent interès i respecte pel valor patrimonial del retol comercial i, a la vegada, una certa mirada nostàlgica cap al passat.

## **Almacenes El Indio**

Els Magatzems El Indio està situat al carrer del Carme 24, al barri del Raval de Barcelona [4]. El negoci, dedicat a la venda d'articles tèxtil, va ser fundat cap l'any 1870 per l'indià F. Mitjans en un edifici projectat anys abans per l'arquitecte Pau Sambró Badía. A





**Fig. 4** Magatzems El Indio

començaments dels anys 1920 els magatzems varen ser reformats per l'empresa de decoració Vilaró i Valls que li va donar l'aspecte actual. La decoració de la façana respon a un model modernista on l'exotisme i l'organicitat decorativa s'aconsegueixen a través dels relleus florals en fusta, les formes arrodonides de les motlures dels marcs i les filigranes decoratives, destacant el bust de l'índi americà, tallat en fusta, a la façana. Les lletres aplicades a la façana, tallades en fusta, segueixen un model de lletra romana molt decorat i ornamental que ens recorda algunes de les lletreries de finals del segle XIX. S'utilitza la tècnica de vidre pintat en daurat a l'aplicació de les lletres en la retolació del comerç.

En conjunt, es tracta d'un bon exemple de retolació aplicada a uns magatzems de finals del XIX i començaments del XX<sup>6</sup>.

## Amadeo Carbonell

Situat al barri de Gràcia, la botiga de lampisteria i aparells elèctrics d'Amadeo Carbonell (c/ Llibertat,52), fundada en l'any 1924, és ja una mostra dels petits comerços que han anat tancant les seves portes els darrers anys. Queda el vestigi del mosaic a la façana [5] [6], una tècnica d'inspiració clàssica que va ser molt utilitzada durant la primera meitat del segle XX, sobretot durant el Modernisme i el Noucentisme a Barcelona. Un tipus de decoració que trobarem habitual en farmàcies i botigues d'alimentació. Les formes de les lletres que configuren el nom del comerç, així com les il·lustracions que decoren els laterals de la façana, estan «dibuixades» amb molta precisió i detall. Actualment s'està restaurant.

<sup>6</sup> Per a més informació, vegeu: «El Indio otra tienda histórica que echa el cierre a finales de este año». *Va de Barcelona* (23 oct. 2014). <<http://www.vadebarcelona.com/2014/10/el-indio-otra-tienda-historica-que-echa.html>>. [Consulta: 1/5/2015]. Pascual, Oriol. «L'indi de fusta». *Barcelona redescoberta* (15 maig 2014). <<http://descobertesbcn.blogspot.com.es/2014/05/el-indi-de-fusta.html>>. [Consulta: 1/5/2015]. «Almacenes El Indio». Revisión interior: el blog de inshop interiores comerciales (24 jun. 2011). <<http://www.inshop.es/2011/06/almacenes-el-indio.html>>. [Consulta: 1/5/2015].



**Fig. 5 / Fig. 6** Amadeo Carbonell

## **Antiga Casa J. Xancó Cotchet**

Aquesta botiga de gènere de punt, fundada l'any 1820 i situada a les Rambles 78 (Pla de la Boqueria), disposa el seu rètol a la part superior dins d'una motllura de fusta que ocupa tota l'amplada de la façana [7]. Les lletres, de formes que recorden les lletres decorades de l'època vuitcentista d'influència litogràfica, estan pintades a la banda interior del vidre i disposades sobre un fons negre, amb una de les tècniques més utilitzades en el tombant de segle: el vidre pintat. Molts dels comerços d'aquesta època estan retolats d'aquesta mateixa manera (Géneros de punto La Torre / Ronda Sant Antoni). El vidre protegeix, unifica la taca i aporta brillantor al conjunt, oferint un aspecte molt més atractiu que l'ús de la pintura aplicada directament sobre la paret o la fusta.

## **Antiga Casa Figueras (actual Patisserie Escrivà)**

L'actual pastisseria Escrivà (La Rambla, 83) conserva l'antic rètol de la fàbrica de pasta Figueras, fundada l'any 1820 i decorada pel pintor i escenògraf Antoni Ros i Güell a l'any 1902. La retolació del nom del comerç realitzada en mosaic policromat i disposada en forma d'arc damunt les portes d'entrada queda perfectament integrada en la façana [8]. Les formes de les lletres, perfilades en color daurat, són formes inspirades en els models de l'Art Nouveau. Són característiques les seves formes arrodonides, el contrast invertit i la doble barra de la lletra A.



**Fig. 7** Antiga Casa Xancó

**Fig. 8** Antiga Casa Figueras

El conjunt és un bon exemple d'integració d'elements a la façana: l'aparador, la retolació, les portes, l'ús del vitrall i la forja i el relleu al·legòric de la cantonada.<sup>7</sup>

## Vinçon

La botiga Vinçon, situada al Passeig de Gràcia, i que va tancar les seves portes el passat 30 de juny de 2015 és una mostra de com, poc a poc, la ciutat es va transformant. De com aquells comerços que han format part de la memòria d'algunes generacions de barcelonins van deixant pas a nous models de negoci.

Vinçon és un d'aquells casos on el detall en l'aplicació de la imatge gràfica es va cuidar al mil·límetre. El seu retol a la façana es reduïa a unes fines lletres de pal de caràcter geomètric aplicades en neó [9]. La integració a la façana modernista de l'edifici, tot i resultar xocant, ens resulta tanmateix elegant. L'austeritat de les formes està en línia amb un pensament postmodern eclèctic però respetuós.

## La retolació com una extensió de l'espai interior

La retolació pren la seva base en la cal·ligrafia —les formes de l'escriptura— encara que es veurà influenciada per les diferents tècniques d'impressió i reproducció, i pels nous tipus de lletra de «cartelleria» que proliferaran a partir de la primera meitat del segle XIX. Actualment les tècniques de retolació es basen en sofisticats sistemes de producció digitals on les tipografies de catàleg són la

<sup>7</sup> Per a més informació, vegeu: Col·laboradors de la Viquipèdia. «Antiga Casa Figueras». A: *Viquipèdia: l'enciclopèdia lliure*. <[https://ca.wikipedia.org/wiki/Antiga\\_Casa\\_Figueras](https://ca.wikipedia.org/wiki/Antiga_Casa_Figueras)>. [Consulta: 1/5/2015].



**Fig. 9** Vinçon

base de la composició del text. Tot i així, cal remarcar el creixent interès per les tècniques tradicionals de retolació i la recuperació de l'ofici de retolista.

El rètol comercial és una peça més de la decoració d'un comerç, malgrat que la seva ubicació acostuma a estar a la façana exterior de l'edifici, interactuant amb l'arquitectura.

Podem trobar rètols més o menys afortunats en relació a la seva integració amb la façana però, sens dubte, no podem separar una cosa de l'altra si considerem que el rètol és la part visible de qualsevol negoci vist des de l'exterior. El rètol és el «reclam» que informa, «senyalitza» el lloc i «atrau» al ciutadà a partir del subtil llenguatge de les formes tipogràfiques, els colors i la resta d'elements gràfics que l'integren. A la vegada, és senyal d'identitat de la mateixa botiga o comerç. El seu disseny està, es vulgui o no, en relació amb el seu espai interior. És una peça més del conjunt d'elements que ajudaran a determinar la imatge del negoci o —inclús— d'una determinada marca. No es tracta, doncs, d'un element aïllat. La seva importància rau en formar part d'una unitat de comunicació visual global, sovint definida per determinats objectius i/o estratègies de comunicació.

Però no sempre és així. La realització d'un rètol pot ser el resultat d'un treball artesanal on el retolista s'ha deixat guiar per la seva intuïció, sense seguir cap planificació corporativa prèvia.

Sigui com sigui, el rètol és un dels elements a tenir en compte a l'hora de valorar la identitat d'un comerç. I els seus aspectes estètics, a la vegada, configuren part de la qualitat i l'expressió gràfica de la ciutat, essent també, a l'igual que l'arquitectura, part de la seva identitat.



**Conclusions:****Cap a una poètica de la retolació comercial**

Els nostres carrers són un formiguer de veus. Són tots aquests rètols que atrapen la nostra mirada els que constitueixen bona part del paisatge urbà que habitem. És a través d'aquestes lletres que podrem fer una lectura subjectiva i objectiva de la ciutat. Subjectiva des d'un punt de vista emocional deixant-nos portar per l'univers de formes i colors. Però és també a partir dels tipus de lletra utilitzats, les tècniques i materials utilitzats, que podrem fer una lectura objectiva sobre els gustos, els valors estètics i culturals d'una determinada època.

Sens dubte, la riquesa de la retolació comercial a Barcelona forma part del patrimoni cultural i artístic de la ciutat.