
POPULART: BASAR D'ARTESANIA I ATENEU DE LA CULTURA POPULAR

ORIOL PIBERNAT

*En record de Maria Antònia Pelauzy,
de la seva amistat i del seu llegat*

Populart, així es denominava una tenda d'objectes artesans, una evocació avui extraviada pels solcs de la memòria. Es tractava d'un establiment molt peculiar i amb seguretat inimitable. La seva singularitat només s'explica pel paper cultural que va acomplir en el seu temps i per la personalitat de la seva propietària, Maria Antònia Pelauzy.¹ Era una petita botiga localitzada al carrer Montcada de Barcelona que va obrir les seves portes el 1972 i les va tancar vint-i-cinc anys després, el 1997. Resulta impossible revisitar el disseny d'aquell local sense parlar del que s'hi venia i del que hi succeïa.

¹ Dona inquieta i curiosa, d'interessos múltiples, Pelauzy va estudiar dret a la Universitat de Barcelona i, tot seguit, ceràmica a Llotja i a Massana, essent alumna de Llorens Artigues. Va fer teatre als primers grups independents i va treballar al món editorial. A més de professora de les primeres escoles de disseny va estar molt vinculada al FAD, des del que va fundar l'Associació d'Investigació Plàstica. Amiga d'artistes, crítics, arquitectes, dissenyadors, actors, polítics i tota mena de gent de procedència diversa i amb ocupacions, vides i històries interessants de relatar, es va casar amb el pintor Josep Guinovart. Pròxima al PSUC, es va comprometre en les lluites polítiques del tardofranquisme. Santi Giró en va fer una sintètica i excel·lent semblança en un article publicat a la revista de l'Escola Massana. Giró, Santi. «Maria Antònia Pelauzy Viñals, autora de Populart», a *Impressions paral·leles* nº8, Escola Massana, 1998.

El disseny de l'interior de Populart forma part indestriable de les imatges d'un comerç que era alhora un petit museu, una sala d'exposicions i un ateneu de barri. Per a uns era un lloc de pas que convocava la curiositat fugaç, per a altres un indret on s'hi podia recalar una bona estona, rodejat sempre d'un repertori bigarrat d'artesanes locals i exòtiques.

Maria Antònia Pelauzy va ser una activista en pro de la cultura popular. El món de l'objecte la captivava i l'estudi de la cultura material la conduí a interessar-se tant pel disseny com per les produccions tradicionals. De fet, va ser professora de matèries d'història i teoria del disseny a l'escola Elisava i contribuí a la fundació d'EINA, centre en el que va realitzar diversos seminaris. Ara bé, és l'objecte artesà que va centrar de manera més continuada la seva activitat professional i la seva dedicació com a estudiosa, divulgadora i promotora. La creació de Populart el 1972 ve a representar la seva particular síntesi d'inclinacions intel·lectuals i creatives. Per això es tracta d'una iniciativa impossible de destriar de la seva vida personal, de les seves coneixences, de les seves indagacions, de les seves descobertes, o dels seus viatges.

L'arranjament de l'espai

Populart es va establir a un local comercial del carrer Montcada 22, a la planta baixa d'una finca d'habitatges construïda el 1872. El local estava situat a l'esquerra del portal. A l'altre costat hi havia —i hi segueix havent-hi— El Xampanyet, un bar tradicional d'anomenada conegut pel seus aperitius i tapes. Populart sumava un motiu

d'interès a un carrer i a un entorn que allotjava comerços tradicionals i instal·lacions culturals com el Museu Picasso, la Galeria Maeght, el Museu Tèxtil i de la Indumentària, Òmnium Cultural, etc. Montcada era l'eix cultural d'un barri amb un cromatisme popular i, alhora, cosmopolita que estava molt lluny encara de la pressió turística que avui coneixem.²

L'establiment ocupava un espai no massa gran, de 72 m².³ Estava format per dues estàncies comunicades per un portal d'arc. Com tantes finques barcelonines edificades abans de la primera Exposició Universal, la construcció era de bigues de fusta sobre parets mestres. També es va llogar l'entresol d'uns 40 m² que es trobava just a sobre del local. Amb anterioritat havia estat una ganiveteria i esmolet, i l'entresol un laboratori de fotografia.

El projecte de reforma va anar a càrrec de l'equip d'arquitectes format per Eduard Bru, Josep Ramon Fernández i Enric Serra. En realitat, aquests tot just eren a les portes d'acabar la seva carrera i l'encàrrec els hi va arribar a través de Manuel Brullet, professor de l'ETSAB, que era qui coneixia a la Maria Antònia Pelauzy. Brullet, al no poder atendre el treball, va derivar la feina a aquests estudiants destacats que ja aleshores s'havien associat. Des del seu estrenat despatx van iniciar la seva trajectòria professional amb aquella primera feina. Bru, Fernández i Serra assumirien un encàrrec que, com sol ser habitual, implicava una obra modesta i molt condicionada per un pressupost ajustat.

El relat d'Enric Serra⁴ permet aproximar-se amb més precisió a una intervenció que bàsicament tenia tres objectius: relligar visualment l'espai dividit en dues estàncies, atorgar el major protagonisme possible als objectes que s'hi exposarien i procurar una

² Popular va obrir només un any després del tancament d'El Born com a mercat central de la ciutat.

³ Una bona part de la informació obtinguda sobre la intervenció ha estat proveïda per Enric Serra, membre de l'equip que va realitzar el projecte i dirigir l'obra. Entrevista realitzada el 16-10-2015, Barcelona.

⁴ Els valors plàstics de la paraula han estat destacats per José Corredor-Matheos a propòsit dels cartells de Guinovart. Corredor-Matheos, José: «Els cartells de Josep Guinovart: gaudí i compromís», en *Cartells d'un temps: Guinovart*. Barcelona: Viena Edicions: Museu d'Història de Catalunya, 2008, p. 17.

relació de «simpatia estètica» entre els diferents elements i el gust contemporani per les produccions populars. D'entrada, l'actuació més agosarada pel que fa a l'estructura es va dirigir a aconseguir una visió més global de l'espai. La planta definia dos estances enfilades entre crugies perpendiculars al carrer i comunicades per una obertura rematada amb un arc rebaixat. Atès que el pas resultant cegava bona part de la sala posterior es va considerar ampliar-lo. No obstant, aquesta solució resultava constructivament complexa ja que obligava a incorporar una biga estructural, rebaixar el sostre i, consegüentment, alterar l'arc original. Per aquest motiu es va optar per fer una obertura al mur interior que, a modus de finestra, generés la desitjada transparència entre les dues sales. Aquesta obertura es va solucionar amb un marc de perfils H que repartia les carregues al conjunt del mur.

Per a presentar els objectes es van construir lleixes d'obra integrades a la paret que permetessin alinear peces de ceràmica. Amb similar intenció es va idear un sòcol, també d'obra, que recorria el perímetre del local. Era un sòcol o tarima esglaonada que anava configurant volums rectangulars de diferent alçada, amplada i allargada. Estava pensats per acollir objectes de dimensions, materials i formes diverses procurant una bona visibilitat de les peces dins d'un ordre més o menys casual. Pel paviment es va escollir una rajola quadrada de ceràmica. La tova vermellova contrastava amb les parets blanques i aquestes amb el sostre pintat de blau grisós.

Els elements d'equipament mobiliari eren mínims. Amb l'ús de la botiga s'hi van incorporar una tauleta de treball i alguna cadira de boga, així com una tauleta de centre al bell mig de la sala d'entrada. Del projecte original destacaven els llums articulats *Arma* de color negre distribuïts per la botiga. Els flexos introduïen un

element dinàmic i modulable segons els efectes puntuals d'il·luminació que demanaven les peces. També es van dissenyar uns cubs de vidre amb arestes de fusta d'uns 45 cm que servien de vitrines per allotjar objectes petits o delicats; vitrines que servien, al seu torn, de peanyes. Altres expositors partien de solucions tradicionals molt simples, com la d'un nínxol amb prestatgeries de fusta que cegava la finestra del pati interior o una escala de tisora que feia d'enginyosa peanya esglaonada.

L'entresol va ser magatzem i, més tard, sala d'exposicions temporals. Per tal de comunicar ambdues plantes es va incorporar una escala de cargol feta a mida. Visualment l'escala funcionava com un moble exempt. Aquest element es feia ben visible a través de l'obertura realitzada a la paret mestra, i es podria dir que l'emmarcava. L'obertura i l'escala eren les dues intervenció que signaven més clarament el caràcter contemporani de la reforma. Aquella escala d'acer pintat negre es podria associar al paper d'objecte emblemàtic que en els interior domèstics de l'època s'atorgava a les xemeneies dissenyades per Milà, Bonet, Correa o Coderch: constituïa el traç d'una intervenció actual, però en diàleg amb les traces preexistents (o amb una obra nova que s'inspirava en models d'arquitectura vernacle).

Una altre assumpte a resoldre era l'accés a la botiga. Es cercava un disseny d'exterior que s'integrés a un entorn urbà encara conformat per comerços de fisonomia tradicionals. Però per l'altra banda, es buscava una mena de solució d'accés més renovadora que la simple porta de quarterons alineada amb la façana. Enric Serra recorda debatre sobre com resoldre un accés que aportés una petita zona de transició entre l'interior i l'exterior. Finalment s'optà per una porta vidriera de fusta amb dos petits aparador a banda i banda. La porta estava desplaçada cap a l'interior un metre, ampliant així

el llindar d'accés. D'aquesta manera, a través dels vidres, es portava a un primer pla els objectes de la botiga i es convidava al curiós a seguir escrutant l'interior.

La fusteria del portal de façana es coronava amb la caixa de la persiana metàl·lica. Aquesta caixa s'aprofità com a suport per destacar el rètol de la botiga, que s'il·luminava amb flexos. El nom Populart va ser ideat per la mateixa Maria Antònia Pelauzy i l'identificador gràfic fou una creació del pintor Josep Guinovart, el seu marit. En el disseny del rètol es reconeix el traç i la gama cromàtica de Guinovart —la lletra negra sobre fons groc—, i un tret també ben característic de les seves cal·ligrafies: l'interior de la «O» omplert de color vermell. La paraula cal·ligràfica està present en moltes obres de Guinovart i, per suposat, en tots els cartells que va realitzar.⁵ L'artista utilitzaria la lletra com a vehicle de cites poètiques i missatges reivindicatius. En quasi tots els casos va recórrer a les minúscules, a l'estil de la lletra lligada. No obstant, pel rètol de Popular va optar finalment per les majúscules, més emfàtiques i properes a les que es pintaven amb esprai als murs, una imatge urbana comú de les acaballes del franquisme.⁶ Guinovart també va intervenir definint el color verd fosc per a totes les fusteries; un color que s'adeia amb les persianes dels balcons del barri i que també recordava la característica pintura de les fusteries de les cases menorquines.

La percepció del conjunt, amb la porta vidriera pintada de verd, les parets emblanquinades, les lleixes d'obra, el joc volumètric de plans de diferents alçades amb el que el terra esdevenia expositor, el paviment de rajola... tot plegat, evocava la imatge de l'arquitectura popular mediterrània. Aquesta referència era alhora familiarment moderna. Recordem que els arquitectes del Grup R —particularment

⁵ Sobre la importància del text en el treball de Guinovart també n'ha parlat Àlex Mitrani que n'observa «l'eco del grafit [...] de les pintades clandestines» i, per tant, «la utilització de l'esprai i d'una cal·ligrafia aparentment apressada». Mitrani, Àlex: «Els cartells de Guinovart: altaveu de generositat», en *Cartells d'un temps: Guinovart*. Barcelona: Viena Edicions: Museu d'Història de Catalunya, 2008, p. 23.

⁶ Entrevista amb Enric Serra, 16 oct. 2015.

Coderch— i la generació que els seguí van utilitzar abastament recursos manllevats d'aquella arquitectura, com ara la integració del mobiliari d'obra a l'espai arquitectònic.

La naturalitat dels materials i l'elementalitat del cromatisme convertien l'espai en un receptacle neutre, cercant una relació figura-fons per a les peces d'artesanía.⁷ Tota la tenda estava concebuda com una superfície d'exposició en la que es distribuïen, ara a la paret, ara en els replans de les tarimes d'obra, una multiplicitat d'objectes: atuells de terrissa, coberts de fusta, barrets de palla, joguines de llautó i paper, titelles, instruments musicals, peces de roba, figures de fang o de molla de pa, i un llarg etcètera. En veritat, l'interiorisme va contribuir amb intervencions circumspectes a que Populart fos allò que volia ser: la selecció de peces que s'hi exposaven. S'aconseguí així un dispositiu d'exhibició en el que les peces reposaven amb la dignitat d'un museu, alhora que mantenien la vivesa d'un caòtic basar popular o parada dels Encants. Santi Giró ha qualificat aquella imatge com la d'un «desordre impecable» i descriu aquell «l'escenari, inestable i canviant» com «una obra d'art, una mena d'instal·lació secreta que obligava al públic a una intensa operació de recerca i descodificació apassionant».⁸

Molt més que una botiga

Populart va néixer en el moment que els oficis i les seves creacions començaven a extingir-se. El canvi demogràfic i econòmic del període *desarrollista* n'era la causa principal. Les migracions del camp a la ciutat, els canvis d'hàbits, les noves formes de consum i la

⁷ Giró, Santi. *op. cit.* (1998).

⁸ Amb els anys, Pelauzy va anar amar ampliant la seva activitat recollectora a la recerca d'una artesanía encara viva. Gràcies als viatges a països de Llatinoamèrica, Àfrica i Àsia va aconseguir anar proveint Populart d'una selecció acurada a disposició clients i contertulians.

cultura material de caire industrial induïen a pensar que els objectes artesans no eren més que relíquies de la vida rural. Però això no era encara exactament així l'any 1972. Certament s'estava davant d'un passat que s'esvaïa i, en aquest sentit, Populart va ser un projecte patrimonial; un intent de preservar una memòria d'unes maneres de viure de les que els objectes artesans n'eren el darrer testimoni. Però es tractava de petjades a punt de ser esborrades; petjades que, malgrat les noves circumstàncies, se les reconeixia recents i encara portadores d'una «autenticitat» auràtica. La idea de rescat i recuperació d'una memòria viva encara prevalia sobre la mera nostàlgia abstracte o la momificació arxivística.⁹

Durant la dècada dels setanta la recuperació del patrimoni etnogràfic, amb especial atenció a les tradicions autòctones, va tenir un marcat caràcter combatiu, és a dir, polític. No ens referim només als productes artesans i a la valoració de l'arquitectura menor, parlem també de les manifestacions immaterials. L'esguard als oficis, a la festa, al calendari anava més enllà de la curiositat científica. De fet, s'entenia com una cultura encara viva, capaç de transferir el seu potencial creatiu a noves pràctiques socials. Eren moments en els que s'esmerçaven esforços per reteixir la vida associativa i recuperar el carrer per a la ciutadania. Per tant, no era l'esperit conservador el que inspirava activistes com Maria Antònia Pelauzy, a estudiosos com José Corredor-Matheos i a erudits com Isidre Vallès. Més aviat dominava un convenciment sobre el potencial transformador que estava somort en les manifestacions populars. Allò que impulsava la recuperació de la tradició vinclava, per un gir gramscian, amb les aspiracions democràtiques i de progrés social.

⁹ L'escriptora Isabel Núñez ho rememora amb paraules semblants: «Populart era una tienda hospitalaria y alegre por el espíritu de su creadora, combativa, enérgica y crítica, que no paró nunca de organizarse, de moverse y descubrir fragmentos de belleza en los materiales humildes y efímeros». Núñez, Isabel, *Mis postales de Barcelona*. Barcelona: Triangle postals, 2012, p. 58.

Aquest punt de vista obert al nou explica també la mena d'activitats que tenien lloc a Populart. A la botiga de la Ribera es perseguia permanentment un diàleg entre la tradició y la innovació. No només estaven ben presents les lliçons de disseny d'aquells objectes sinó que, a la seva sala d'exposicions, la botiga acollia l'obra de creadors urbans que s'inspiraven en els procediments dels oficis o que transitaven sense complexos entre l'art, el disseny i l'artesanía. Aquest era el cas de Dorothee Selz, Silvia Ventosa, Navarrete o Roberto Espindola, i de moltes mostres col·lectives que es van programar.

D'altra banda, la botiga de la Ribera es va convertir en un indret que amb justesa es podria qualificar d'heterotòpic. La seva promotora —tal vegada hauríem de dir «autora»— va imprimir al local una manera de fer i estar que convertia la transacció comercial en una mera excusa per eixamplar i aprofundir les relacions entre persones i entre persones i coses. Allà es reivindicava l'elementalitat i ingenuïtat del disseny d'uns objectes sense pretensions; uns objectes humils que s'elaboraven rudimentàriament, i modestament es prestaven a l'ús. Però aquest ús ja era un altre, encara que també primordial: un ús que es relacionava amb la bellesa i el gaudi de viure i amb l'hospitalitat i l'amistat. Aquest és el record coincident dels que formaren (o formàvem eventualment) part d'aquella feligresia.¹⁰

Populart va tancar les seves portes el 1997 després de tot un seguit d'activitats festives per celebrar el seu 25 aniversari. Va cloure el seu itinerari quan el procés de degradació dels oficis s'havia

¹⁰ Actualment una part del material acumulat per Maria Antònia Pelauzy a l'entorn de la seva activitat a Populart perviu en els museus. Quan la botiga va es va tancar, se'n va fer donació de les col·leccions al Museu de la Ceràmica de Barcelona i al Museu de la Juguina de Figueres. Ara bé, també en un museu els objectes artesans tenen molt que ensenyar. En un llibre que Pelauzy va publicar el 1977 aclaria la seva posició: «Nosotros, en pos de esta sabiduría que no tiene fecha histórica de caducidad pero ligada a algo que ya ha pasado, recuperamos o intentamos que se recuperen algunos de estos objetos, pero, como dice Octavio Paz, no para hacer de ellos un objeto único como las obras de arte, sino una muestra, un ejemplar de varios: «Las obras artesanas se escapan del museo y cuando caen en él, se defienden honorablemente: no es el ejemplar único, es la muestra. Es un ejemplar cautivo, no un ídolo». Pelauzy, Maria Antònia, Català Roca, Francesc. *Artesanía popular española*. Barcelona: Editorial Blume, 1977, p. 8.

consumat completament i els productes artesans passaven a ser, ara sí, una relíquia de museu¹¹ o es transmutaven en gadgets turístics que engreixaven el ja de per sí copiós arsenal del kitsch. La realitat social y cultural de la Barcelona postolímpica va deixa d'acompanyar aquell projecte. «Els productes genuïns —deia Pelauzy— s'han deixat de produir i el públic, en general, ha rebaixat la seva exigència i ha perdut el gust per la tria a l'atzar i per la troballa. Ara es prefereixen objectes tous avalats per la moda».¹²

En aquest punt cal retornar a ocupar-nos de l'interiorisme. La reforma que es va portar a terme era conseqüent amb l'esperit que inspirava aquell projecte cultural. El pressupost era certament limitat i la contractació es va distribuir a proveïdors de barri. Tanmateix, els arquitectes no es varen escudar darrera l'argument d'un pressupost esquàlid: «esta tópica lamentación, no justificaría un mal diseño» afirmaven en un reportatge a *Hogares Modernos*.¹³ Ben al contrari, el resultat venia avalat per la mateixa concepció del disseny. Es tracta d'una concepció en la que el disseny assumeix amb plena consciència un paper d'acolliment de l'activitat, de les persones i dels objectes que es relacionen amb l'espai. La idea de construir un paisatge de «fons» per a les peces seleccionades actua en aquest sentit. És aquest disseny que podríem anomenar «ocult» o «transparent» el que mena a copsar la lògica arquitectònica de la construcció preexistent, a tenir-ne cura del seu valor i a explotar el seu potencial.

¹¹ Recollit a: Giró, Santi: *op. cit.* (1998). En el llibre de Pelauzy ja esmentat feia la reflexió sobre la incompatibilitat en el temps d'aquells objectes dilectes: «El tiempo cuenta, cuenta demasiado para que perduren estos objetos que laten a ritmos distintos de los que imperan en el mundo de la planificación, de los grandes mercados, de la producción en serie para abastecernos». Pelauzy, Maria Antònia, Català Roca, Francesc. *op. cit.*, p. 7.

¹² *Ibidem*, p. 48.

¹³ «En este sentido debe entenderse la escasa intervención sobre el espacio preexistente, salvo en aquellos casos que consideramos facilitarían la mayor percepción del local por parte del visitante, y la utilización de unos materiales y colores íntimamente relacionados con un cierto artesanado: pavimento de baldosín cerámico («rajola»), techo color azul-gris y carpintería verde persiana.» «Populart», a *Hogares Modernos*, nº 99 (marzo 1975), p.49.

Al rescatar, a través del seu interiorisme, Populart d'un conjectural oblit podem vindicar uns interessos i una manera d'entendre el disseny que ha deixat petjada a la ciutat. Si ho pensem bé, es tracta d'una petjada vigorosa, encara que fonamentada en la discreció, que també podem reconèixer en altres locals. No és una qüestió d'apel·lar a una humilitat impostada, ni de buscar cap mena de confrontació amb els dissenys més procaços i histriònics que es popularitzaren en dècades posteriors —i que tingueren les seves pròpies raons de ser—. El que cal és atorgar el seu lloc a un projecte d'interiorisme com el de Populart i a tots aquells que amb resultats notables han participat d'un criteri d'intervenció cautelosa que, per sobre de tot, cerca la qualitat material i ambiental de l'espai; un criteri amb el que s'han dissenyat o redissenyat varis locals barcelonins als que caldria igualment conferir rellevància.¹⁴

Al nostre entendre Populart pot considerar-se un cas paradigmàtic d'una iniciativa que contribuï a posar en valor el patrimoni material i a generar cultura civil a Barcelona. Documentar i preservar la memòria d'aquella iniciativa té un interès històric i memorialístic, sens dubte. Indagar sobre l'honestedat i intel·ligència d'un projecte d'interiorisme, sobre les seves intencions i resolucions, és sempre un exercici útil per interpel·lar-nos sobre el present i el futur del disseny a la nostra ciutat. Recordar a la que fou artífex i ànima d'aquella empresa és del tot necessari. I és quelcom que no es pot fer sense tenir present que la paraula «recordar» inclou la veu llatina *cors-cordis*, és a dir «cor», receptacle d'emocions.

¹⁴ L'equip format pels arquitectes Josep Ramon Fernández, Enric Serra i Xavier Pouplana van projectar i dirigir la botiga VIV de la Rambla de Catalunya. També Enric Serra amb Lluís Vives van escometre la reforma del restaurant Els Pescadors. Hi ha exemples d'intervencions en una línia similar d'altres arquitectes barcelonins. En aquest sentit, ve al cas assenyalar la labor de Santi Roqueta que va ser un reconegut mestre en aquestes intervencions quasi secretes, producte d'un enteniment perspicaç i una sensibilitat refinada. D'ell desitgem destacar el redisseny del restaurant Cal Ponsa. No obstant, som conscients que la llista de intervencions notables que s'adscriurien a aquest criteri o tendència de disseny seria força més llarga.



Fig. 1 El gènere de popular exposat debat la botiga al bell mig del carrer Montcada. Fotografia d'autor no identificat extreta del fons familiar de Maria Guinovart.







Fig. 2 Fotografies de l'interior de Populart publicades a *Hogares Modernos*. N^o 99 (març 1975), p. 48-50.

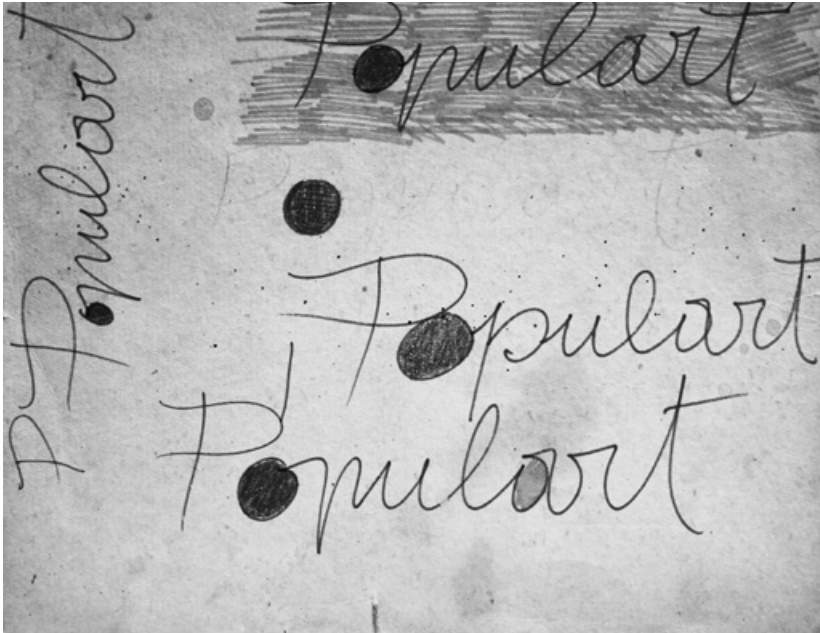


Fig. 3 Croquis de Guinovart
pel grafisme identificador
de Popularart. Material del fons
familiar de Maria Ginovart



Fig. 4 Pintura sobre vidre de Cristina Serrate reproduïda en una postal editada per Populart.