

Loewe en Londres (1963-1966): Modernidad, tradición y raíces culturales españolas

London's Loewe store (1963-1966): Modernity, tradition and Spanish culture

María Villanueva Fernández, María Eugenia Josa Martínez

Traducción Translation

María Villanueva Fernández, María Eugenia Josa Martínez

Este artículo forma parte del proyecto PID2023-153253NA-I00, financiado por MCIN/AEI/10.13039/501100011033 y por FEDER, UE.

Palabras clave

Locales comerciales, Loewe, Javier Carvajal, Londres, apertura internacional.

Keywords

Stores, Loewe, Javier Carvajal, London, international openness.

María Villanueva Fernández

Universidad de Navarra
ORCID: 0000-0003-2033-4422

María Eugenia Josa Martínez

UDIT. Universidad de Diseño,
Innovación y Tecnología
ORCID: 0000-0002-7727-9711

Resumen

En las décadas 50 y 60 del siglo XX se produjo un incremento substancial del número de locales comerciales diseñados por arquitectos y publicados en los medios. Entre ellos, destacaron los realizados por Javier Carvajal para Loewe entre los años 1959 y 1966, que, más allá de ser proyectos reseñables por su exquisito nivel de diseño, se convirtieron en un ejemplo de modernización de la empresa y formaron parte de la construcción de una imagen corporativa identitaria basada en las raíces culturales españolas. Durante este periodo, la firma contó con el arquitecto también para su proyecto de internacionalización. La primera actuación que llevó a cabo fue el diseño de un pequeño espacio comercial en el Hotel Hilton de Londres en 1963. Tres años más tarde se inauguró la primera tienda a pie de calle fuera de España realizada por Carvajal también en la capital británica, y tras la cual se puso fin a la relación entre el arquitecto y la firma.

Abstract

In the 1950s and 1960s there was a substantial increase in the number of stores designed by architects and published in the media. Among them, those designed by Javier Carvajal for Loewe between 1959 and 1966 stood out, which, beyond being remarkable projects for their exquisite level of design, became an example of the company's modernization and formed part of the construction of an identifying corporate image based on Spanish cultural roots. During this period, the firm also relied on the architect for its internationalization project. The first project he carried out was the design of a small commercial space in the Hilton Hotel in London in 1963. Three years later, Carvajal's first high street shop outside Spain was opened, also in the British capital, after which the relationship between the architect and the firm came to an end.

Contribuciones específicas de cada autor/a

Specific contributions from each author

Concepción y diseño del trabajo

Conception and design of the work
María Villanueva Fernández,
María Eugenia Josa Martínez

Metodología

Methodology
María Villanueva Fernández,
María Eugenia Josa Martínez

Recogida y análisis de datos

Data Collection and Analysis
María Villanueva Fernández,
María Eugenia Josa Martínez

Discusión y conclusiones

Discussion and Conclusions
María Villanueva Fernández,
María Eugenia Josa Martínez

Redacción, formato, revisión y aprobación de versiones
Drafting, formatting, version revision, and approval
María Villanueva Fernández,
María Eugenia Josa Martínez

Fecha recepción Receipt date
29/09/2024

Fechas evaluación Evaluation dates
01/11/2024 & 29/11/2024

Fecha aceptación Acceptance date
24/12/2024

Fecha publicación Publication date
31/05/2025

Loewe, diseño de una firma a través de sus tiendas

A comienzos del siglo XX se produjeron algunas colaboraciones entre empresas y creativos de distintas disciplinas que transformaron los espacios comerciales. Desde 1927 hasta 1936 se produce en España un aumento de proyectos de arquitectura comercial que manifiestan la introducción de nuevas formas procedentes del extranjero y la utilización de nuevos materiales como el vidrio o el acero. Destacan locales de tendencia moderna realizados por arquitectos como José Manuel Aizpurua, Joaquín Labayen, Carlos Arniches, Martín Domínguez o Rafael Bergamín, entre otros. Sin embargo, fue en las décadas de los años cincuenta y sesenta cuando se produjo un desarrollo notablemente significativo, tal y como recogen algunas investigaciones, (1) proliferando las apariciones de obras de arquitectos como Luis Feduchi, Rafael Aburto, Luis Blanco Soler o Miguel Fisac, entre otros, en revistas como las de los colegios de arquitectos de Madrid (*Revista Nacional de Arquitectura y Arquitectura*) y Cataluña (*Cuadernos de Arquitectura*).

Esta etapa es considerada una época de experimentación frenética en la que los establecimientos comerciales se convierten en un laboratorio de pruebas a pequeña escala, debido a su carácter efímero y sometido a *modas*, a diferencia del resto de obras de arquitectura. Esta tendencia de los arquitectos se puede respaldar por lo publicado en las revistas de arquitectura, ya que puede observar que en esta etapa aumenta considerablemente el número de locales comerciales que abren sus puertas. Del listado de proyectos realizados durante esos años, un porcentaje significativo se enmarcó en el sector de la moda (2) y representaban el consumo de la nueva burguesía de clase media y alta, que ya no consumía productos que respondieran únicamente a necesidades básicas.

Aparecen, por un lado, productos novedosos para un grupo de personas de alto poder adquisitivo que reclaman un espacio adecuado para su exhibición. Por otro lado, se dejan ver productos, hasta entonces elitistas, que ya están al alcance de la clase media y que también buscan un lugar

Loewe, design of a brand through its shops

At the beginning of the 20th century there were some collaborations between companies and creative artists from different disciplines that transformed commercial spaces. From 1927 to 1936 there was an increase in the number of commercial architecture projects in Spain, with the introduction of new forms from abroad and the use of new materials such as glass and steel. These included modern premises designed by architects such as José Manuel Aizpurua, Joaquín Labayen, Carlos Arniches, Martín Domínguez and Rafael Bergamín, among others. However, it was in the 1950s and 1960s when a notably significant development took place, as some research has shown, (1) with a proliferation of works by architects such as Luis Feduchi, Rafael Aburto, Luis Blanco Soler and Miguel Fisac, among others, appearing in magazines such as those of the architects' associations of Madrid (*Revista Nacional de Arquitectura y Arquitectura*) and Catalonia (*Cuadernos de Arquitectura*).

This stage is considered a time of frenetic experimentation in which commercial establishments become a small-scale test laboratory, due to their ephemeral nature and subject to *fashions*, unlike other works of architecture. This tendency of architects can be supported by what is published in architectural magazines, as it can be seen that at this stage the number of commercial premises opening their doors increases considerably. Of the list

1. BERGERA, I. Ensayar la arquitectura: locales comerciales, 1940-1961. En: *Actas del Congreso Internacional De Roma a Nueva York: Itinerarios de la nueva arquitectura española, 1950-1965*. Pamplona: Universidad de Navarra, 1998. LOSADA, J. Realidad e ilusión. Locales comerciales en España, 1950-1960. En: Tesis Doctoral. Escuela Técnica Superior de Arquitectura, Pamplona, Universidad de Navarra, 2012.

2. CRESPO Calvo, C. Tendencias y estrategias del escaparate en los locales comerciales en España 1950-1960. En: Trabajo Fin de Grado, ETSA Universidad de Navarra, 2023.

1. BERGERA, I. Ensayar la arquitectura: locales comerciales, 1940-1961. En: *Actas del Congreso Internacional De Roma a Nueva York: Itinerarios de la nueva arquitectura española, 1950-1965*. Pamplona: University of Navarra, 1998. LOSADA, J. Reality and illusion. Commercial premises in Spain, 1950-1960. In: Doctoral thesis. School of Architecture, Pamplona, University of Navarra, 2012.

2. CRESPO CALVO, C. Trends and strategies of shop window display in commercial premises in Spain 1950-1960. In: Final Degree Thesis, ETSA University of Navarra, 2023.

para ser expuestos. Respondiendo a esta circunstancia y a la modernidad imperante en la arquitectura internacional, destacan de manera notable las tiendas realizadas por Javier Carvajal para Loewe, no solo por su excepcional diseño, sino por ser producto de una estrategia de modernización e impulso de la firma a través de sus espacios, (3) algo que ha sido estudiado por diferentes investigadores a lo largo de los últimos años. (4)

La colaboración entre el arquitecto Javier Carvajal y la firma Loewe comenzó con la XI Trienal de Milán, donde Carvajal y García de Paredes diseñaron el Pabellón de España, galardonado con la Medalla de Oro en la muestra. Uno de los objetivos principales de este proyecto internacional consistía en la difusión del diseño español, por lo que se contó con la participación de diferentes empresas entre las que se encontraba Loewe, que también fue galardonada en el certamen con la Medalla de Plata. En los años posteriores, Carvajal y Loewe coincidieron también en la Sociedad de Estudios de Diseño Industrial para difundir el diseño español moderno e impulsarlo. (5)

Hacia 1957, Enrique Loewe, alineado con las ideas de Carvajal sobre la belleza en los objetos, (6) manifestó al arquitecto la necesidad de transformar la imagen de la empresa para potenciar el valor de sus artículos de piel, más allá de su mera materialidad, uniéndose a la corriente de modernización que estaba experimentado España. La firma requería distinguirse de las diversas compañías extranjeras que integraban su competencia, por medio de la definición de una marca contemporánea que mantuviera su prestigio y exclusividad asociados a la identidad de España. (7)

Comenzó entonces una colaboración que duró casi una década y en la que el arquitecto asumió un papel fundamental en la casa Loewe, (8) promoviendo tanto el cambio de las tiendas y productos de la firma como las estrategias comerciales y de imagen. Entre los años 1959 y 1966, el arquitecto realizó la Sede Central de Barcelona, la Fábrica Tauro de Madrid y un total de trece tiendas para la firma, once de ellas en España, situadas en Madrid, Bilbao,

of projects carried out during those years, a significant percentage were in the fashion sector (2) and represented the consumption of the new middle and upper middle class bourgeoisie, who no longer consumed products that responded only to basic needs.

On the one hand, new products appear for a group of people with high purchasing power who demand an adequate space for their exhibition. On the other hand, hitherto elitist products that were already within the reach of the middle classes were also looking for a place to be exhibited. In response to this circumstance and to the prevailing modernity of international architecture, the shops designed by Javier Carvajal for Loewe stand out, not only for their exceptional design, but also for being the product of a strategy of modernisation and promotion of the firm through its spaces; (3) something that has been studied by different researchers over the last few years. (4)

The collaboration between the architect Javier Carvajal and the firm Loewe began with the 11th Milan Triennale, where Carvajal and García de Paredes designed the Spanish Pavilion, which was awarded the Gold Medal at the show. One of the main objectives of this international project was to promote Spanish design, which is why various companies took part, including Loewe, which also won the Silver Medal at the event. In subsequent years, Carvajal and Loewe also joined forces in the *Sociedad de Estudios de Diseño Industrial* to disseminate and promote modern Spanish design. (5)

3. HERNÁNDEZ Cava, F. *Tiempos de Loewe. En Loewe 1846-1996*. Madrid, España: Loewe, 1995. pp. 22 y 109.

4. Entre ellos se encuentran investigadores que han desarrollado tesis doctorales como Josa Martínez (2017); los Trabajos Fin de Grado como Barrueco Ecijano (2019); libros como Martín y Chocarro (2007); o artículos académicos publicados en revistas indexadas como Josa Martínez y Villanueva Fernández (2017), Josa Martínez, Antón Sancho, Villanueva Fernández (2018) o Antón Sancho y González Presencio (2019).

3. HERNÁNDEZ Cava, F. *Times of Loewe. In Loewe 1846-1996*. Madrid, Spain: Loewe, 1995. pp. 22 and 109.

4. Among them are researchers who have developed doctoral theses such as Josa Martínez (2017); Final Degree Projects such as Barrueco Ecijano (2019); books such as Martín and Chocarro (2007); or academic articles published in indexed journals such as Josa Martínez and Villanueva Fernández (2017), Josa Martínez, Antón Sancho, Villanueva Fernández (2018) or Antón Sancho and González Presencio (2019).

Palma de Mallorca, Granada, las Palmas de Gran Canaria, Sevilla, Valencia y Tenerife, y otras dos en el extranjero, ambas en Londres.

La primera tienda diseñada por Carvajal para Loewe en 1959 fue la de la calle Serrano en Madrid (9) que transformó el concepto de local comercial de artículos de lujo conocido hasta el momento. Carvajal modificó el tipo de tienda de corte clasicista diseñada por su predecesor, Francisco Ferrer Bartolomé, por una propuesta moderna de influencia nórdica. (10) Este proyecto estableció los parámetros de diseño que fueron aplicados posteriormente al resto de sus tiendas y que transmitían los valores y la imagen de la firma.

Por un lado, el arquitecto favoreció la apertura al exterior, a través del escaparate entendido como galería comercial, creando espacios expositivos permeables que permitían apreciar el interior desde la calle. Por otro lado, el diseño interior destacaba por sus formas modernas y el contraste de materiales como la madera, el ladrillo, el mármol y el acero, que creaban espacios amables y de intimidad. A través del diseño interior se fomentaba la capacidad manipulativa del espacio, en el que el mobiliario se presentaba como elemento de definición de la obra de arquitectura. Mediante el material se mostraba la herencia de la tradición, mientras que el exterior dejaba patente la imagen de la modernidad. [ver nota 9]

La tienda de Serrano fue la bandera de la firma en aquella época, pero también lo ha sido en la actualidad. Con la llegada de Jonathan Anderson a Loewe a finales de 2013, comenzó un proceso de transformación de su imagen, inspirado en el enfoque innovador de las décadas de 1950 y 1960, consideradas la época más brillante de la firma. (11) Una de las principales iniciativas de este proyecto liderado por Anderson fue la renovación de las tiendas, retomando elementos de los interiores diseñados por Javier Carvajal, quizás de manera directa como se puede ver en la tienda de Tokio. El enfoque de Anderson, al igual que el de Carvajal, ha pretendido reforzar la conexión entre el interior y el exterior, estableciendo un diálogo entre ambos. (12)

Around 1957, Enrique Loewe, in line with Carvajal's ideas on beauty in objects, (6) expressed to the architect the need to transform the company's image in order to enhance the value of its leather goods, beyond their mere materiality, joining the trend of modernisation that Spain was experiencing. The firm needed to distinguish itself from the various foreign companies that made up its competition by defining a contemporary brand that would maintain its prestige and exclusivity associated with the identity of Spain. (7)

This was the start of a collaboration that lasted almost a decade and in which the architect took on a fundamental role in the Loewe house, (8) promoting both the change in the firm's shops and products and its commercial and image strategies. Between 1959 and 1966, the architect designed the Barcelona headquarters, the Tauro factory in Madrid and a total of thirteen shops for the firm, eleven of them in Spain, located in Madrid, Bilbao, Palma de Mallorca, Granada, Las Palmas de Gran Canaria, Seville, Valencia and Tenerife, and another two abroad, both in London.

The first shop designed by Carvajal for Loewe in 1959 was the one in Calle Serrano in Madrid, (9) which transformed the concept of the luxury goods store known up to that time. Carvajal modified the type of classicist shop designed by his predecessor, Francisco Ferrer Bartolomé, for a modern proposal with a Nordic influence. (10) This project established the design parameters

5. RAMÍREZ DE LUCAS, J. Medalla de oro al pabellón de España en la XI Trienal de Milán. Madrid: ABC, 1957, p.43. TORRENT, R. *El diseño industrial en España*. Madrid, España: Cátedra, 2010.

6. CARVAJAL, J. Nada es negativo. En AA.VV. *J. Carvajal Arquitecto*. Madrid: Colegio Oficial de Arquitectos, 1991, p. 31

7. MARTÍN, C. & CHOCARRO, C. *Loewe/Carvajal 1960*. En: *Oriente y occidente: la moda, síntesis de culturas*. Pamplona: Universidad de Navarra, 2007, pp. 165-168

5. RAMÍREZ DE LUCAS, J. Gold medal for the Spanish pavilion at the 11th Milan Triennial. Madrid: ABC, 1957, p. 43. TORRENT, R. *Industrial design in Spain*. Madrid, Spain: Cátedra, 2010.

6. CARVAJAL, J. Nothing is negative. In AA.VV. *J. Carvajal Arquitecto*. Madrid: Colegio Oficial de Arquitectos, 1991, p. 31.

7. MARTÍN, C. & CHOCARRO, C. *Loewe/Carvajal 1960*. In: *Oriente y occidente: la moda, síntesis de culturas*. Pamplona: University of Navarra, 2007, pp. 165-168.

El lenguaje empleado en el modelo de Serrano fue evolucionando a través de todos los establecimientos que diseñó el arquitecto, adaptándose a cada local y a la ciudad en la que se encontraba, pero siempre tratando de preservar la esencia de la primera tienda. Carvajal apostó por la aplicación de este planteamiento creativo no solo en las tiendas españolas, sino también en los dos locales comerciales internacionales que realizó para la firma en Londres. A continuación, se analizarán las dos únicas tiendas realizadas por el arquitecto para la firma que supusieron el comienzo del proyecto internacional de Loewe: el espacio comercial en el Hotel Hilton y la tienda a pie de calle de Jermyn St. en Londres.

Para ello, se aplicará una metodología basada en el análisis documental y la comparación arquitectónica con dos objetivos. Por un lado, sacar a la luz material inédito de los proyectos de Carvajal para Londres; ambas obras se estudiarán, teniendo en cuenta las dos estrategias principales de Carvajal llevadas a cabo en las tiendas de Loewe, la apertura al exterior y el diseño moderno del interior, y se pondrán en relación con las propuestas arquitectónicas realizadas previamente, tanto de la firma (la tienda de Serrano en Madrid, la de Valencia o la de Sevilla) como de otras obras realizadas por el arquitecto (Trienal de Milán o Pabellón de Nueva York). Por otro lado, analizar los rasgos característicos en el plan de internacionalización de la firma, y presentes en las tiendas realizadas por Carvajal y que, finalmente, no fructificaron más allá de la experiencia londinense. A continuación, se presenta un compendio de factores clave de ambos proyectos llevados a cabo por Carvajal para Loewe, destacando las cuestiones más significativas de cada obra.

Espacio comercial en el Hotel Hilton de Londres: los inicios de su internacionalización

Enrique Loewe Knappe se había trasladado a Londres en el año 1963 por motivos personales. Debido a esta nueva situación, le encargó a Carvajal que

that were subsequently applied to the rest of his shops and which conveyed the firm's values and image.

On the one hand, the architect favoured openness to the exterior, through the shop window understood as a commercial gallery, creating permeable exhibition spaces that allowed the interior to be seen from the street. On the other hand, the interior design stood out for its modern forms and the contrast of materials such as wood, brick, marble and steel, which created friendly and intimate spaces. Through the interior design, the manipulative capacity of the space was encouraged, in which the furniture was presented as a defining element of the architectural work. The material showed the heritage of tradition, while the exterior showed the image of modernity. [see note 9]

The Serrano shop was the brand's flagship at that time, but it has also been so today. With the arrival of Jonathan Anderson at Loewe at the end of 2013, a process of transformation of its image began, inspired by the innovative approach of the 1950s and 1960s, considered the brand's most brilliant period. (11) One of the main initiatives of this project led by Anderson was the renovation of the shops, taking up elements of the interiors designed by Javier Carvajal, perhaps directly as can be seen in the Tokyo shop. Anderson's approach, like Carvajal's, has sought to reinforce the connection between the interior and the exterior, establishing a dialogue between the two. (12)

8. JOSA Martínez, M.E. & VILLANUEVA Fernández, M. Loewe, Design between Modernity and Tradition, 1846–2016. En: *Fashion Education for the future. Sustainable development in social, economic, environmental, cultural and geographic dimensions*, coords. DANTAS MENDES, Francesca, Sao Paulo: EACH, 2017b. pp. 121–127.

9. JOSA Martínez, M.E. & VILLANUEVA Fernández, M. La Serrano de Loewe, Javier Carvajal: análisis de proyecto arquitectónico. En: *ESTOA*, 10 (6), 2017. pp. 89–98.

8. JOSA Martínez, M.E. & VILLANUEVA Fernández, M. Loewe, Design between Modernity and Tradition, 1846–2016. In: *Fashion Education for the future. Sustainable development in social, economic, environmental, cultural and geographic dimensions*, coords. DANTAS MENDES, Francesca, Sao Paulo: EACH, 2017b. pp. 121–127.

9. JOSA Martínez, M.E. & VILLANUEVA Fernández, M. La Serrano de Loewe, Javier Carvajal: architectural project analysis. In: *ESTOA*, 10 (6), 2017. pp. 89–98.

diseñara un *shopping gallery* en el Hotel Hilton de la capital británica. El hotel fue inaugurado como London Hilton en abril de 1963, dos meses antes que el espacio dedicado a Loewe. El edificio de gran altura, situado en Park Lane frente a Hyde Park en el prestigioso barrio de Mayfair, fue proyectado por William B. Tabler. Rodeado por áreas verdes de los edificios próximos. De la base cuadrada y acristalada, emergía la torre de hormigón y vidrio, que combinaba líneas rectas y curvas. (Fig. 1) Este espacio comercial para Loewe fue la primera obra que Carvajal realizaba para la firma en el extranjero, iniciándose entonces el proyecto de internacionalización de la casa española.

Más de la mitad de las tiendas realizadas por el arquitecto para la firma fueron diseñadas para interiores de hoteles, constituyéndose como

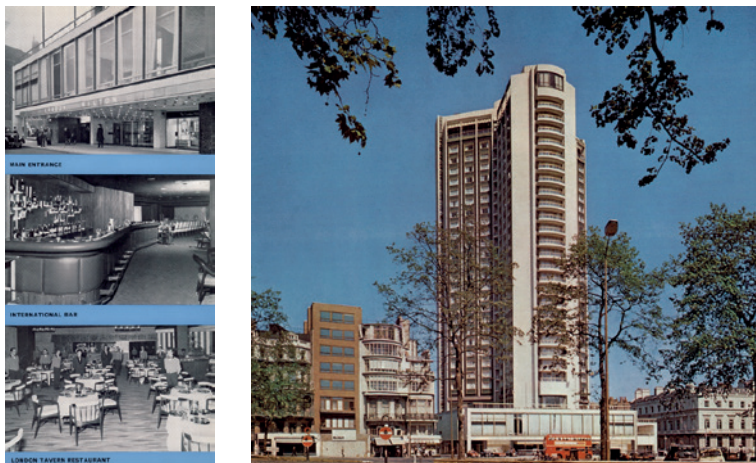


Fig. 1. Imágenes del Hotel Hilton 1963. Accesible en: londonhiltononparklane.wordpress.com

The language used in the Serrano model evolved through all the establishments designed by the architect, adapting to each store and the city in which it was located, but always trying to preserve the essence of the first shop. Carvajal opted for the application of this creative approach not only in the Spanish shops, but also in the two international stores he designed for the firm in London. The following is an analysis of the only two shops built by the architect for the firm that marked the beginning of Loewe's international project: the commercial space in the Hilton Hotel and the shop on Jermyn St in London.

To this end, a methodology based on documentary analysis and architectural comparison will be applied with two objectives. On the one hand, to bring to light unpublished material of Carvajal's projects for London; both works will be studied, taking into account Carvajal's two main strategies carried out in the Loewe shops, the opening to the exterior and the modern design of the interior, and will be placed in relation to the architectural proposals previously made, both by the firm (the Serrano shop in Madrid, the one in Valencia or the one in Seville) and other works by the architect (Milan Triennale or the New York Pavilion). On the other hand, to analyse the characteristic features of the firm's internationalisation plan, present in the shops built by Carvajal and which, in the end, did not come to fruition beyond the London experience. The following is a summary of the key factors of both

10. CARVAJAL, J. Instalación y decoración de una tienda en Madrid. *Arquitectura*, 16, 1960. pp. 32-36.

11. FUNES, M. L. Jonathan Anderson: Me voy a quedar hasta que Loewe funciones y se posiciones mundialmente. ABC.es. Madrid: *Diario ABC*, S.L. Consultado el 10 de julio de 2014, en <http://www.abc.es/estilo/gente/20140629/abc-jonathan-anderson-loewe-201406282139.html>

12. VILLANUEVA Fernández, M. & JOSA Martínez, M.E. Loewe, tradición en la imagen de la marca revista internacional de cultura visual. En: *Revista Internacional de Cultura Visual*, 3 (1), pp. 47-57.

10. CARVAJAL, J. Installation and decoration of a shop in Madrid. *Arquitectura*, 16, 1960. pp. 32-36.

11. FUNES, M. L. Jonathan Anderson: I'm going to stay until Loewe functions and positions itself worldwide. ABC.es. Madrid: *Diario ABC*, S.L. Retrieved July 10, 2014, from <http://www.abc.es/estilo/gente/20140629/abc-jonathan-anderson-loewe-201406282139.html>

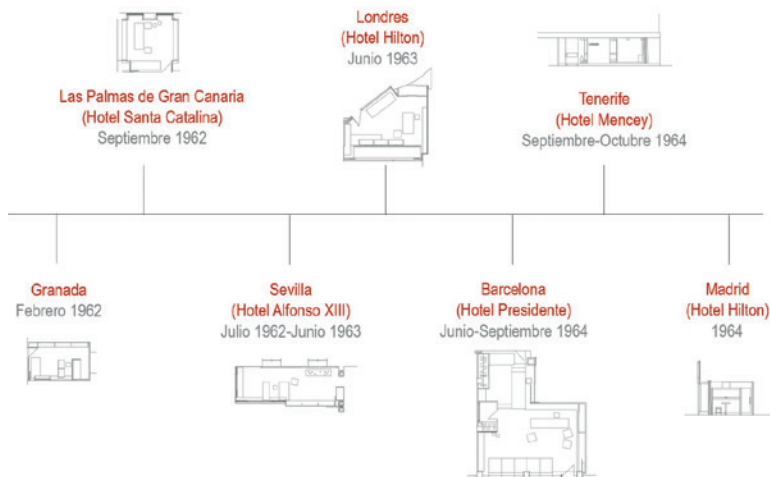


Fig. 2. Tiendas de Loewe diseñadas por Javier Carvajal dentro de hoteles. Elaboración propia.

una tipología comercial común en la estrategia de la marca. Aunque con características concretas, Carvajal logró incorporar los rasgos distintivos de Loewe, como en las tiendas a pie de calle. El arquitecto realizó un total de siete espacios comerciales para hoteles. El primero de ellos fue el del Alhambra Palace en Granada de febrero de 1962. Meses después fue inaugurado el del hotel Santa Catalina de Las Palmas de Gran Canaria en septiembre de ese mismo año. En paralelo al de Londres diseñó otro local en el interior del hotel Alfonso XIII en Sevilla, iniciado en julio de 1962 e inaugurado el mismo mes que el del Hilton en junio de 1963. (13) En estos casos las condiciones de partida eran distintas. A diferencia del de Londres, los tres proyectos tenían forma ortogonal, mientras que la tienda del Hilton tenía forma de cuadrado

projects carried out by Carvajal for Loewe, highlighting the most significant issues of each project.

13. Información extraída de los planos de los proyectos, Archivo General de la Universidad de Navarra.

Commercial space at the London Hilton Hotel: the beginnings of its

Enrique Loewe Knappe had moved to London in 1963 for personal reasons. Due to this new situation, he commissioned Carvajal to design a shopping gallery in the Hilton Hotel in the British capital. The hotel was inaugurated as the London Hilton in April 1963, two months before the Loewe space. The high-rise building, located on Park Lane opposite Hyde Park in the prestigious Mayfair district, was designed by William B. Tabler. Surrounded by greenery such as Hyde Park, the hotel connected with the urban modernity of nearby buildings. From the square, glazed base, the concrete and glass tower emerged, combining straight and curved lines. (Fig. 1) This commercial space for Loewe was Carvajal's first work for the firm abroad, thus initiating the Spanish firm's internationalisation project.

More than half of the shops created by the architect for the firm were designed for hotel interiors, constituting a common commercial typology in the brand's strategy. Although with specific characteristics, Carvajal managed to incorporate Loewe's distinctive features, as in the shops at street level. The architect designed a total of seven commercial spaces for hotels. The first of

12. VILLANUEVA Fernández, M. & JOSA Martínez, M.E. Loewe, tradición en la imagen de la marca revista internacional de cultura visual. In: *International Journal of Visual Culture*, 3 (1), pp. 47-57.

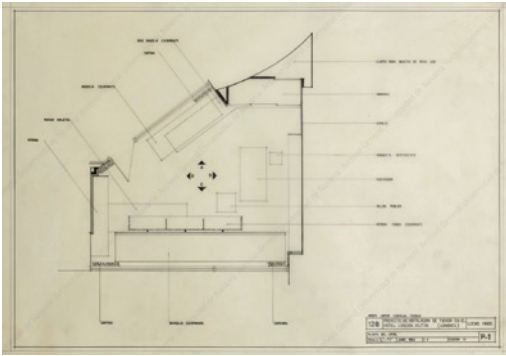


Fig. 3. Plano (Planta 1) del proyecto de instalación de tienda en el Hotel London Hilton de Javier Carvajal para Loewe, junio 1963. Archivo General de la Universidad de Navarra / Fondo Javier Carvajal Ferrer / Proyecto de instalación de Tienda en el London Hilton.

seccionado y, aunque era de pequeñas dimensiones en comparación con las tiendas con acceso desde la calle, era de las mayores situadas en el interior de un hotel. (Fig. 2)

Exterior que muestra

La tienda presentaba dos lados abiertos visualmente al público, por lo que el elemento que adquirió mayor presencia, una vez más en la estrategia del arquitecto para la firma, fue el escaparate. Es importante tener en cuenta que se trataba de una de las estrategias centrales en el diseño de las tiendas de Loewe y que proponía una innovadora forma de abordar el nexo entre el interior y el exterior de la tienda en aquel momento. Otros locales estaban introduciendo la técnica americana del *vanishing front*, es decir, el escaparate abierto hacia la calle y la tienda. [ver nota 2] La tienda tenía dos espacios expositores: el de mayor tamaño abarcaba uno de los dos lados largos del local, mientras que el otro se situaba en la parte seccionada que formaba un chafán en el cuadrado junto a la puerta de acceso. (Fig. 3)

these was the Alhambra Palace in Granada in February 1962. Months later, the Santa Catalina Hotel in Las Palmas de Gran Canaria was inaugurated in September of the same year. Parallel to the one in London, he designed another establishment inside the Alfonso XIII Hotel in Seville, which was begun in July 1962 and inaugurated the same month as the Hilton in June 1963. (13) In these cases the starting conditions were different. Unlike London, all three projects were orthogonal in shape, while the Hilton shop was in the form of a sectioned square and, although small in size compared to the shops with access from the street, it was one of the largest inside a hotel. (Fig. 2)

Exterior showing

The shop presented two sides visually open to the public, so the element that acquired the greatest presence, once again in the architect's strategy for the firm, was the shop window. It is important to bear in mind that this was one of the central strategies in the design of Loewe's shops and that it proposed an innovative way of approaching the nexus between the interior and exterior of the shop at the time. Other stores were introducing the American technique of the *vanishing front*, i.e. the shop window open to the street and the shop. [see note 2] The shop had two display spaces: the larger one covered one of the two long sides of the store, while the other was located in the sectioned off part that formed a chamfer in the square next to the entrance door. (Fig. 3)

13. Information extracted from the plans of the projects, Archivo General de la Universidad de Navarra.

Dos escaparates, dos intenciones

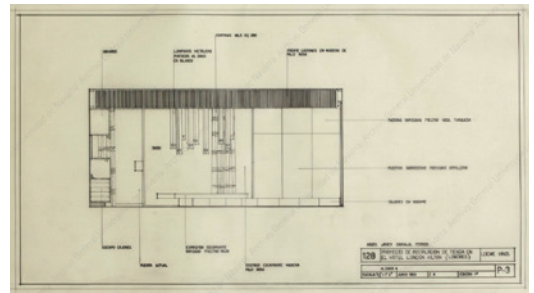
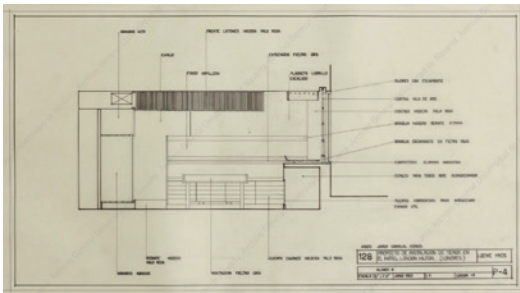
En el primero, el vidrio estaba situado a varios centímetros del suelo. El escaparate tenía una bandeja de fieltro rojo y una cortina, como era habitual, de hilo de oro. Bajo este, tras la parte inferior ciega de la fachada, Carvajal dispuso un espacio para tubos de aire acondicionado con puertas correderas para el aprovechamiento del espacio útil sobrante. El segundo escaparate, sin embargo, llegaba casi hasta el suelo y el expositor, también de fieltro rojo, se situaba a pocos centímetros del pavimento. El costado del escaparate era de madera de palo rosa, al igual que el frente perimetral de listones que revestía la parte superior del paramento vertical en contacto con el techo de la tienda, a excepción de la zona del escaparate. También contaba con una cortina de hilo de oro. (Fig. 4) Ambos escaparates mostraban el producto, pero de diferente manera, mientras el exterior era una llamada de atención a los transeúntes, el interior invitaba a entrar por su transparencia.

Disposición centralizada

En el interior, el arquitecto incluyó distintos materiales y acabados, como en las tiendas precedentes. En este caso, combinó madera de palo rosa con ladrillo-

Fig. 4. Plano (Alzado interior B) del proyecto de instalación de tienda en el Hotel London Hilton de Javier Carvajal para Loewe, junio 1963. Archivo General de la Universidad de Navarra / Fondo Javier Carvajal Ferrer / Proyecto de instalación de Tienda en el London Hilton.

Fig. 5. Plano (Alzado interior A) del proyecto de instalación de tienda en el Hotel London Hilton de Javier Carvajal para Loewe, junio 1963. Archivo General de la Universidad de Navarra / Fondo Javier Carvajal Ferrer / Proyecto de instalación de Tienda en el London Hilton.



Two windows, two intentions

In the first, the glass was several centimetres above the floor. The window had a red felt tray and a curtain, as was customary, of gold thread. Underneath it, behind the blind lower part of the façade, Carvajal provided a space for air-conditioning pipes with sliding doors to make use of the remaining usable space. The second shop window, however, reached almost to the ground and the display, also in red felt, was only a few centimetres above the floor. The side of the window was made of rosewood, as was the perimeter slatted front that covered the upper part of the vertical wall in contact with the ceiling of the shop, with the exception of the window area. There was also a curtain of gold thread. (Fig. 4) Both showcases displayed the product, but in different ways: while the exterior was a call for attention to passers-by, the interior invited people to enter through its transparency.

Centralised provision

In the interior, the architect included different materials and finishes, as in the previous tents. In this case, he combined rosewood with whitewashed brick and in the furniture: hessian, red felt and turquoise. Carvajal proposed cladding the vertical walls with showcases, cabinets or shop windows so that the user would stand in the centre of the store and walk through it, as in the other spaces designed for Loewe. Entering on the right-hand side,

llo encalado y en los muebles: arpillera, fieltro rojo y turquesa. Carvajal propuso revestir los paramentos verticales de vitrinas, armarios o escaparates para que el usuario se situara en el centro del local y lo recorriera, al igual que en los otros espacios diseñados para Loewe. Entrando a mano derecha, Carvajal diseñó un pequeño armario elevado rectangular con dos puertas que presentaban fotografías de España: una de Madrid y otra de un paisaje del país (14).

Cultura española como elemento de diseño

Las referencias a la tradición española son propias de ese periodo de apertura del régimen en el que el diseño y los interiores españoles estaban difundiendo a través de las revistas y los distintos certámenes como las Trienales de Milán. Se trataba de una estrategia que ensalzaba las virtudes de la tierra en un entorno extranjero, destacando el diseño, la tradición y la cultura españolas como lo habían hecho Carvajal y Loewe en el certamen italiano en 1957 con la inspiración española del ruedo taurino. (15) El arquitecto ubicó dos vitrinas en las paredes ciegas de la tienda y otra tras el gran escaparate. El local contaba con un armario cuyas puertas superiores estaban tapizadas en fieltro color azul turquesa y las inferiores, correderas, forradas de arpillera. Tras el armario había un *cuarto para objetos de poco uso* a modo de almacén, a falta de una trastienda.

Luminarias como elemento característico del diseño

Como elemento distintivo de la tienda destaca el diseño de luminarias. Situó un juego de nueve lámparas metálicas pintadas al duco en blanco en forma de prisma y diferentes longitudes, que se ubicaban sobre el escaparate de la entrada proporcionando una sensación de movimiento que se percibía tanto desde el interior como el exterior del local. (Fig. 5) Estos prismas de luz recuerdan a los que el mismo arquitecto incluyó en el Pabellón de Nueva York tan solo un año después, en 1964 (16) y cuyo concurso fue un año antes, coinci-

Carvajal designed a small rectangular cupboard with two doors presenting photographs of Spain: one of Madrid and the other of a landscape of the country. (14)

Spanish culture as a design element

The references to Spanish tradition are typical of that period of the regime's openness in which Spanish design and interiors were being disseminated through magazines and various competitions such as the Milan Triennials. It was a strategy that extolled the virtues of the land in a foreign environment, highlighting Spanish design, tradition and culture, as Carvajal and Loewe had done in the Italian competition in 1957 with the Spanish inspiration of the bullring. (15) The architect placed two showcases in the blind walls of the shop and another behind the large shop window. The shop had a cupboard with upper doors upholstered in turquoise-blue felt and the lower sliding doors lined with hessian. Behind the cupboard was a 'small utility room' as a storage room, in the absence of a back room.

Luminaires as a design feature

A distinctive element of the shop is the design of the lighting fixtures. He placed a set of nine prism-shaped metal lamps painted in white in the form of prisms of different lengths, which were placed above the shop window at

14. Información extraída del plano P-6 "Proyecto de instalación de tienda en el Hotel Hilton (Londres)", Archivo General de la Universidad de Navarra.

15. VAQUERO TURCIOS J., Crisis en la Trienal de Milán, *Revista Nacional de Arquitectura*, 156, 1957. pp. 32-36.

16. AA.VV. *Carvajal: Spanish Pavilion, The 1964/65 New York World's Fair*. Javier Carvajal Pamplona, T6) Ediciones, 2014.

14. Information taken from plan P-6 "Proyecto de instalación de tienda en el Hotel Hilton (Londres)", Archivo General de la Universidad de Navarra.

15. VAQUERO TURCIOS J., Crisis at the Milan Triennial, *Revista Nacional de Arquitectura*, 156, 1957. pp. 32-36.

diendo con la obra de esta tienda de Loewe. Es decir, las similitudes no parecen casuales. En el pabellón las luminarias de aluminio se prolongan siguiendo el mismo esquema de los casetones del artesanado de madera labrada. [ver nota 2] El resultado en ambos casos es un interesante juego que conjuga la tradición española con las formas modernas. Por otro lado, sobre el escaparate dispuso un cajón de madera con fondo de plástico para iluminarlo de forma homogénea, detalle similar al que había incluido en Serrano.

Mobiliario como conclusión del diseño interior

Carvajal completó la escena con un sillón para el público, una banqueta para la dependienta y un mostrador que contenía una bandeja expositora, como las de las otras tiendas diseñadas por el arquitecto. Tanto la aplicación de los finos acabados como el desarrollo de mobiliario y de la arquitectura interior fueron una evidencia del cuidado y el rigor en el diseño que llegaba a la definición de los detalles. Esto se convirtió en una constante tanto en las obras de Loewe como en las de los pabellones realizados en aquellos años y otras obras posteriores, una característica inherente en su proceso proyectual.

Hacia la consolidación de la internacionalización

Aunque este proyecto estaba en una excelente situación y en un entorno favorable a las ventas debido al nivel social de la clientela del Hilton, Loewe pronto puso sus miras en el elegante barrio comercial de Picadilly. Allí encontró un local, en el número 75 de Jermyn St., una vía de un solo carril, de proporciones controladas y paralela a Picadilly St., idóneo para situar la primera tienda de la firma a pie de calle, tras tres años de la inauguración del espacio comercial en el Hilton. En la esquina de Jermyn St. con Bury St., Loewe le encargó a Carvajal el que sería su último trabajo para la firma. No fueron las únicas aperturas en Londres, ya que en 1969 se inauguró un nuevo establecimiento en la famosa calle Old Bond St., cuyo diseño ya no correría a cargo del arquitecto.

the entrance, creating a sensation of movement that could be perceived from both inside and outside the shop. (Fig. 5) These prisms of light are reminiscent of those that the same architect included in the New York Pavilion only a year later, in 1964 (16) and whose competition was held a year earlier, coinciding with the construction of this Loewe shop. In other words, the similarities do not seem coincidental. In the pavilion, the aluminium luminaires are extended following the same pattern as the coffers of the carved wooden coffered ceiling. [see note 2] The result in both cases is an interesting interplay of Spanish tradition and modern forms. On the other hand, a wooden box with a plastic base was placed over the shop window to illuminate it homogeneously, a similar detail to the one he had included in Serrano.

Furniture as a conclusion of interior design

Carvajal completed the scene with an armchair for the public, a stool for the shop assistant and a counter containing a display tray, like those in the other shops designed by the architect. Both the application of the fine finishes and the development of the furniture and interior architecture were evidence of the care and rigour in the design that went into the definition of the details. This became a constant feature of Loewe's work, both in the pavilions built in those years and in later works, an inherent characteristic of his design process.

16. AA. VV. *Carvajal: Spanish Pavilion, The. 964/65 New York World's Fair*. Javier Carvajal. Pamplona, T6 Ediciones, 2014.

La tienda de Jermyn St.: la última colaboración

Toda la experiencia desarrollada en Loewe y en la Trienal confluyó en el concurso del pabellón de España en la feria mundial de Nueva York del año 1964 que Carvajal ganó en el año 1963. (17) Este pabellón contribuyó a la proyección internacional de España, cuya reflexión sobre cómo transmitir los valores del país en el extranjero fueron aplicados también en la experiencia Loewe. Con toda esta experiencia previa tanto de la firma como de los pabellones, Carvajal diseñó la tienda situada en Jermyn St. (Fig. 6)

La de Londres suponía la primera apertura de una tienda Loewe con acceso desde la calle, más allá de las fronteras españolas. Un acontecimiento relevante en España que fue difundido en la prensa de la época, como el diario *ABC*, en el que se destacaba que, aunque los productos de Loewe se comercializaban en Europa y América, se trataba de su primera tienda, instalada fuera de España. Por otro lado, la inauguración de este local era una muestra del “esfuerzo de una tarea española capaz de competir con cualquier otro país en ese mundo del buen gusto y la elegancia”. (18) (Fig. 7) En los años sesenta, Inglaterra ya destacaba en el mundo de la moda; la familia Loewe era consciente de que el público inglés representaba una competencia especial. Por su parte, Carvajal quiso hacer patente el espíritu de la empresa española y mostrar, además de la opulencia de una firma de lujo, una imagen moderna y de vanguardia. Para ello, tuvo en cuenta tanto la arquitectura del local como su diseño interior, en el que los productos de Loewe encontraron un marco inmejorable.

Modernidad frente a Clasicismo

La calle Jermyn St. destacaba por la arquitectura tradicional y el diseño comercial de alto nivel, especialmente en la zona de las tiendas de lujo. El local se encontraba en la planta baja de un edificio de piedra caliza clara, característica de la calle, cuya escala y proporción se integraban con el entorno urbano,

Towards the consolidation of internationalisation

Although this project was in an excellent location and in a sales-friendly environment due to the social status of the Hilton's clientele, Loewe soon set his sights on the elegant shopping district of Piccadilly. There he found premises at 75 Jermyn St., a single lane, controlled proportions street parallel to Picadilly St., ideal for the firm's first high street shop, three years after the opening of the retail space at the Hilton. On the corner of Jermyn St. and Bury St., Loewe commissioned Carvajal to do what would be his last job for the firm. These were not the only openings in London, as in 1969 a new establishment was inaugurated in the famous Old Bond St., whose design was no longer the work of the architect.

The Jermyn St. shop: the latest collaboration

All the experience developed at Loewe and at the Triennial came together in the competition for the Spanish pavilion at the 1964 New York World's Fair, which Carvajal won in 1963. (17) This pavilion contributed to the international projection of Spain, whose reflections on how to transmit the country's values abroad were also applied in the Loewe experience. With all this previous experience of both the firm and the pavilions, Carvajal designed the shop located in Jermyn St. (Fig. 6)

Fig. 6. 70–72 Jermyn Street y 21–24 Bury Street. Reginald Morphew, architect. *British History Online*.



17. FARIÑA Martínez, F. Javier Carvajal: el proyecto arquitectónico como tensión existencial entre el organicismo y el racionalismo. Tesis Doctoral (E.T.S. Arquitectura (UPM) 2022, 74.

18. *ABC*. Se inaugura en Londres una tienda española. En *ABC*. 12 de noviembre de 1966, p.20. Archivo Loewe, 1966, p.20.

17. FARIÑA Martínez, F. Javier Carvajal: the architectural project as existential tension: between organicism and rationalism. Doctoral Thesis (E.T.S. Architecture (UPM) 2022, 74.

destacando la continuidad de la tradición arquitectónica local. El edificio de estilo neoclásico destacaba el ritmo de los pilares que escoltaban a nivel de calle los locales comerciales, pautando la longitud de cada tienda. Por tanto, la dimensión de la tienda que se organizaba en una única altura venía definida por dos pilares cilíndricos.

La propuesta de Carvajal, al igual que en sus tiendas anteriores, se manifestaba en el exterior con una clara limpieza de formas, patente en la disposición de los volúmenes y la combinación de los materiales. Como se ha indicado anteriormente, la relación entre el interior y el exterior fue un elemento recurrente del trabajo del arquitecto para la firma. En la tienda de Londres extrajo parte del interior de la tienda y lo situó en el espacio urbano. La fachada moderna destaca frente a la estética clásica del entorno. Esta relación entre el local de Loewe y el contexto urbano subraya la tensión entre la modernidad comercial y la tradición arquitectónica londinense, donde el diseño de Loewe no solo busca captar la atención, sino también integrarse de manera diferenciada en este espacio de lujo.

Escaparate que enseña y atrae

Carvajal comprendió el sentido cosmopolita de la calle en la que el edificio se encontraba y propuso una fachada de composición asimétrica, en la que adquiriría gran importancia el escaparate como referente icónico del nuevo establecimiento. Los planos de la tienda permiten apreciar el diseño de los detalles en este elemento, como un aspecto diferenciador del proyecto. El escaparate de Londres, de manera similar al de la tienda de Madrid, se percibía "como una caja de cristal que sobresalía del plano de fachada y levitaba sobre un zócalo de cobre rehundido". (19) El escaparate rompía la continuidad dentro del local. Su techo característico tenía una menor altura con respecto al interior de la tienda para remarcar la horizontalidad de la fachada. (Fig. 8)

The London store was the first opening of a Loewe shop with access from the street, beyond Spain's borders. An important event in Spain that was reported in the press at the time, such as the newspaper ABC, which pointed out that, although Loewe products were sold in Europe and America, this was the first shop to be opened outside Spain. On the other hand, the opening of this store was a sign of "the effort of a Spanish task capable of competing with any other country in the world of good taste and elegance". (18) (Fig. 7) In the 1960s, England already stood out in the world of fashion; the Loewe family was aware that the English public represented special competition. For its part, Carvajal wanted to make the spirit of the Spanish company clear and show, in addition to the opulence of a luxury brand, a modern and avant-garde image. To this end, it took into account both the architecture of the store and its interior design, in which Loewe's products found an unbeatable setting

Modernity versus classicism

Jermyn St. was noted for its traditional architecture and high-end commercial design, especially in the high-end shopping area. The premises were located on the ground floor of a light limestone building, characteristic of the street, whose scale and proportion were integrated with the urban environment, highlighting the continuity of the local architectural tradition. The neoclassical



Fig. 7. Página del periódico ABC, 16/11/1966.

19. ANTÓN, J. Javier Carvajal. *La forma de un lenguaje* (Tesis doctoral. Escuela Técnica Superior de Arquitectura, Universidad de Navarra, Pamplona, España), 2016. p. 218.

18. ABC. A Spanish shop opens in London. In ABC. 12 November 1966, p. 20. Loewe Archive, 1966. p.20.

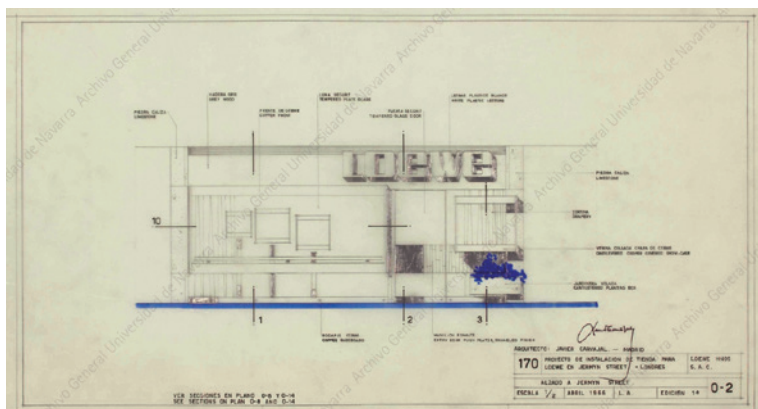
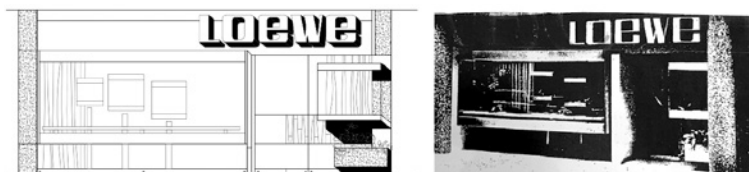


Fig. 8. Fachada de la tienda de Loewe en Jermyn St. Plano elaboración propia. Imagen publicada en el periódico ABC el 12/11/1966. Plano del proyecto de instalación de la tienda de Londres de Javier Carvajal para Loewe, abril 1966. Archivo General de la Universidad de Navarra / Fondo Javier Carvajal Ferrer / Proyecto de instalación de Tienda para Loewe en Jermyn St.

El escaparate se dividía en dos zonas separadas por la puerta de entrada. La pieza principal, situada a la izquierda, se sustentaba gracias a una subestructura de cobre que contenía un gran volumen de vidrio en cuyo interior se encontraban varias vitrinas, a modo de urnas, a distintas alturas, que recordaban a la tienda de Valencia (20) y que continuaban con la propuesta de Serrano, con la diferencia de que las tiendas en suelo español presentaban dos fachadas y la londinense solo una. [ver figura 6] Una se-

style building emphasised the rhythm of the pillars that escorted the shops at street level, marking out the length of each shop. Thus, the size of the shop, which was organised in a single height, was defined by two cylindrical pillars.

Carvajal's proposal, as in his previous shops, manifested itself on the outside with a clear cleanliness of form, evident in the arrangement of the volumes and the combination of materials. As mentioned above, the relationship between interior and exterior was a recurring element in the architect's work for the firm. In the London shop, he took part of the shop's interior and placed it in the urban space. The modern façade stands out against the classical aesthetics of the surroundings. This relationship between the Loewe store and the urban context underlines the tension between commercial modernity and London's architectural tradition, where Loewe's design not only seeks to catch the eye, but also to integrate itself in a differentiated way into this luxury space.

Showcase that teaches and attracts

Carvajal understood the cosmopolitan sense of the street in which the building was located and proposed a façade with an asymmetrical composition, in which the shop window acquired great importance as an iconic reference point for the new establishment. The plans of the shop make it possible to appreciate the design of the details in this element, as a differentiating aspect of the project. The London shop window, similar to that of the Madrid

20. JOSA Martínez, M.E., ANTÓN Sancho, J., & VILLANUEVA Fernández, M. La tienda como proyecto global: Loewe en Valencia. *Constelaciones*. En: *Revista de Arquitectura de La Universidad CEU San Pablo*, 6. <https://doi.org/10.31921/constelaciones.n6a5>, 2018, pp. 77-91.

gunda pieza de cristal sobresalía acercando la exposición a la calle. Era otra vitrina, similar a las albergadas en el primer escaparate, pero que en este caso emergía hacia la calle. (Fig. 9)

Fachada construida

La tienda dominaba el espacio público atrayendo a los clientes al interior del establecimiento, a través de una fachada más construida y con un carácter más arquitectónico. En el exterior, la parte superior estaba cubierta por un enlisonado de madera gris, que sobresalía, generando el volumen del escaparate. A su vez, el techo estaba realzado por un cristal tipo hielo que tamizaba la luz proveniente de los tubos fluorescentes. La puerta de entrada presentaba un tirador con relieve metálico del escultor José Luís Sánchez, con quien había colaborado en otras ocasiones, como en Milán, en Nueva York o incluso en otras tiendas de la firma: "en Serrano realizó los tiradores de las puertas de la entrada y la escultura lateral en Barcelona, las embocaduras de los pilares en Sevilla, el vestíbulo de entrada haciendo esquina y en Bilbao dos grandes murales en la fachada". (21) Esta participación situaba el proyecto en el contexto de colaboraciones entre artistas, empresas y arquitectos, propias de la época en España. (22) En este momento, era habitual introducir la escultura como recurso para la decoración en muchos locales comerciales: murales, pirograbados, mosaicos de azulejos o piedra, etc. (23)

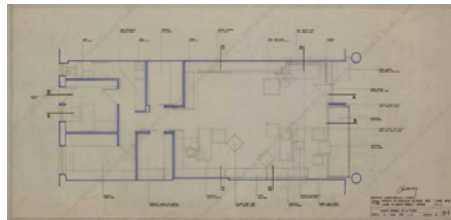


Fig. 9. Planta tienda de Loewe, Valencia. Plano del proyecto de instalación de la tienda de Valencia de Javier Carvajal para Loewe, agosto 1963. Archivo General de la Universidad de Navarra. Plano del proyecto de instalación de la tienda de Londres de Javier Carvajal para Loewe, abril 1966. Archivo General de la Universidad de Navarra / Fondo Javier Carvajal Ferrer / Proyecto de instalación de Tienda en la calle del poeta Querol y Proyecto de instalación de Tienda para Loewe en Jermyn St.

shop, was perceived "as a glass box protruding from the plane of the façade and levitating above a recessed copper plinth". (19) The shop window broke the continuity within the premises. Its characteristic ceiling was lower than the interior of the shop to emphasise the horizontality of the façade. (Fig. 8)

The showcase was divided into two areas separated by the entrance door. The main piece, located on the left, was supported by a copper substructure containing a large volume of glass inside which were several display cases, like urns, at different heights, reminiscent of the Valencia shop (20) and which continued Serrano's proposal, with the difference that the shops on Spanish soil had two façades and the London one had only one. [see figure. 6] A second piece of glass jutted out, bringing the display closer to the street. It was another display case, similar to those housed in the first shop window, but in this case it faced the street. (Fig. 9)

Constructed façade

The shop dominated the public space, attracting customers inside the establishment through a more constructed façade with a more architectural character. On the outside, the upper part was covered by a grey wooden slatting, which protruded, generating the volume of the shop window. At the same time, the roof was enhanced by an ice-type glass that filtered the light coming from the fluorescent tubes. The entrance door featured a handle with a metallic relief

21. FARIÑA Martínez, F. Javier Carvajal: el proyecto arquitectónico como tensión existencial: entre el organicismo y el racionalismo. Tesis Doctoral (E.T.S. Arquitectura (UPM) 2022, 196.

22. Entrevista a Vicente Vela, hecha por las autoras, en el taller de Vicente Vela (C/ Dr. Esquerdo 163). 19 diciembre 2013.

23. JAÉN Albaiteiro, M. Óptica Cottet. En: *Revista Nacional de Arquitectura*, 139, 1953. pp. 31-33.

19. ANTÓN, J. *Javier Carvajal. La forja de un lenguaje* (Doctoral thesis. School of Architecture, University of Navarra, Pamplona, Spain), 2016, p. 218.

20. JOSA Martínez, M. E., ANTÓN Sancho, J., & VILLANUEVA Fernández, M. The shop as a global project: Loewe in Valencia. Constellations. In: *Revista de Arquitectura de La Universidad CEU San Pablo*, 6. <https://doi.org/10.31921/constelaciones.n6a5>, 2018. pp. 77-91.

Disposición lineal

En cuanto a la organización interior, la tienda de Londres, de pequeñas dimensiones y de forma rectangular, respondía a los mismos parámetros que las tiendas anteriores, situando la exposición de los productos en el perímetro para que pudieran contemplarse de manera eficaz, aprovechando así el área del local para circular y ver los artículos expuestos, como en las otras tiendas de Loewe. (Fig. 10) La morfología rectangular favorecía la organización del interior en tres zonas que iban de lo público, la entrada y tienda, a lo privado, la trastienda, pasando por el espacio semiprivado de los probadores. En el diseño del espacio interior adquiría también importancia el paramento superior que delimitaba los distintos ambientes, variando la altura; de manera que entrada y zona trasera se comprimían y la zona de exposición y venta se expandía al adquirir una altura mayor. En este caso, a diferencia de otros casos como la tienda de Serrano en la que el techo era más orgánico, el plano superior estaba formado por elementos horizontales continuos. (Figs. 11 y 12)

Dualidad de los materiales

En la tienda de Londres, al igual que en la de Madrid, es significativo el contraste entre los distintos materiales, en parte, de influencia nórdica. (24) El

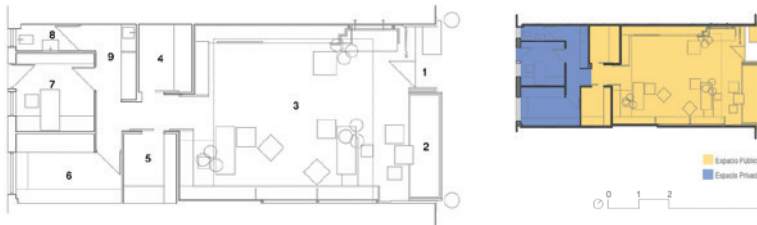


Fig. 10. Planta tienda de Loewe, Londres. Elaboración propia.

by the sculptor José Luís Sánchez, with whom he had collaborated on other occasions, such as in Milan, New York or even in other shops of the firm: "in Serrano he made the handles of the entrance doors and the side sculpture in Barcelona, the embouchures of the pillars in Seville, the entrance hall on the corner and in Bilbao two large murals on the façade" (21). This participation placed the project in the context of collaborations between artists, companies and architects, typical of the period in Spain. (22) At this time, it was common to introduce sculpture as a resource for decoration in many commercial premises: murals, pyrography, tile or stone mosaics, etc. (23)

Linear arrangement

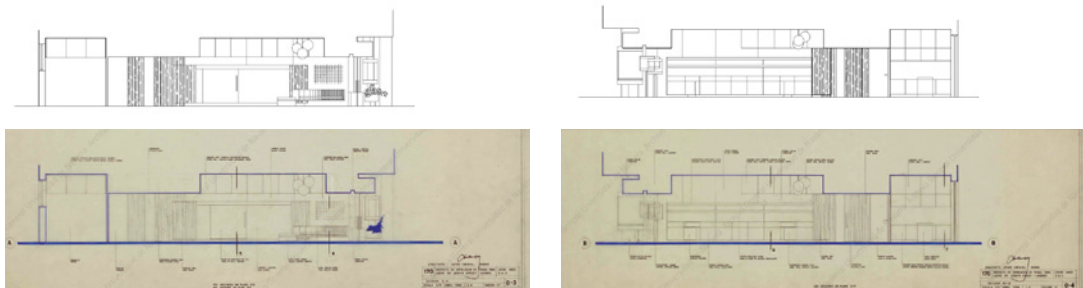
In terms of interior organisation, the London shop, which was small and rectangular in shape, followed the same parameters as the previous shops, placing the display of the products on the perimeter so that they could be viewed effectively, thus taking advantage of the area of the premises to circulate and view the items on display, as in the other Loewe shops. (Fig. 10) The rectangular morphology favoured the organisation of the interior into three zones ranging from the public, the entrance and shop, to the private, the back room, and the semi-private space of the fitting rooms. In the design of the interior space, the upper wall that delimited the different ambiances also acquired importance, varying the height; so that the entrance and back area

24. JOSA Martínez, M.E. & VILLANUEVA Fernández, M. y Cantista, I. "Brand Building: The Case of Collaboration Between Javier Carvajal and Loewe". En: AA. VV. *Understanding Luxury Fashion: From Emotions to Brand Building*. Londres: Palgrave MacMillan, 2019. pp. 221-241.

21. FARIÑA Martínez, F. Javier Carvajal: the architectural project as existential tension: between organicism and rationalism. Doctoral Thesis (E.T.S. Architecture (UPM) 2022, 196.

22. Interview with Vicente Vela, by the authors, at Vicente Vela's studio (C/ Dr. Esquerdo 163). 19 December 2013.

23. JAÉN Albaiteiro, M. Óptica Cottet. In: *Revista Nacional de Arquitectura*, 139, 1953, pp. 31-33.



exterior, más frío, resalta por el uso de la piedra caliza en los laterales y las columnas que enmarcan la fachada, que se adentra en el interior en la zona de las cortinas; la madera gris y el cobre para las carpinterías, el frente delantero y el detalle de cuadrícula, que se puede ver también en otros locales como el de Sevilla; y, por último, los grandes paños de vidrio que conforman los escaparates. Por el contrario, el interior, más cálido, destaca por el uso de la madera gris en algunos paramentos, remates de muebles y puertas, la madera lacada en blanco que se usa en los armarios de las vitrinas y el empleo de espejos negros en la parte superior de las paredes laterales que multiplican el espacio de la tienda. (Figs. 13 y 14).

Juego volumétrico y controlado

El arquitecto pretendía no dar una imagen de opulencia, sino de modernidad, tendencia que en aquellos años marcaba una nueva forma de entender el lujo. En este sentido, en el diseño global de la tienda adquiriría importancia la colocación de los artículos, ya que jugaba un papel fundamental en la armonía conseguida. Pocos objetos y bien colocados llegaba a dar una imagen de

Figs. 11 y 12. Secciones tienda Loewe, Londres. Planos del proyecto de instalación de la tienda de Londres de Javier Carvajal para Loewe, abril 1966. Archivo General de la Universidad de Navarra / Fondo Javier Carvajal Ferrer / Proyecto de instalación de Tienda para Loewe en Jermyn St. Redibujados de elaboración propia.

were compressed and the display and sales area expanded as it acquired a greater height. In this case, unlike other cases such as the Serrano shop where the ceiling was more organic, the upper plane was made up of continuous horizontal elements. (Figs. 11 and 12)

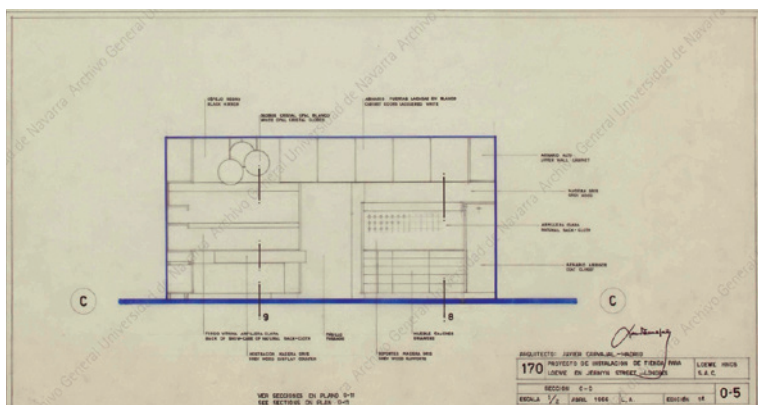
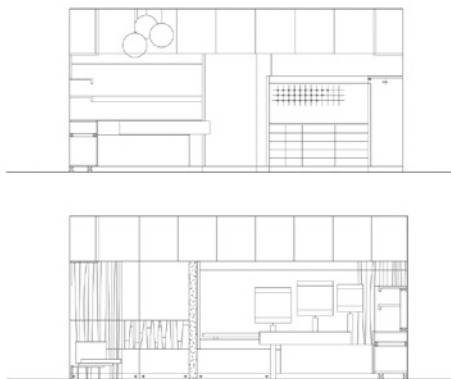
Duality of materials

In the London shop, as in the Madrid store, the contrast between the different materials, partly of Nordic influence, is significant. (24) The colder exterior is notable for the use of limestone on the sides and the columns that frame the façade, which extends into the interior in the area of the curtains; the grey wood and copper for the joinery, the front front and the grid detail, which can also be seen in other stores such as the one in Seville; and, lastly, the large panes of glass that make up the shop windows. In contrast, the interior, which is warmer, stands out for the use of grey wood in some of the walls, furniture and door finishes, the white lacquered wood used in the display cabinets and the use of black mirrors in the upper part of the side walls that multiply the space of the shop. (Figs. 13 and 14)

Volumetric and controlled play

The architect's intention was not to give an image of opulence, but of modernity, a trend which at that time was a new way of understanding luxury. In this

24. JOSA Martínez, M.E. & VILLANUEVA Fernández, M. and Cantista, I. Brand Building: The Case of Collaboration Between Javier Carvajal and Loewe. In: AA. VV. *Understanding Luxury Fashion: From Emotions to Brand Building*. London: Palgrave MacMillan, 2019. pp. 221-241.



Figs. 13 y 14. Secciones tienda Loewe, Londres. Planos del proyecto de instalación de la tienda de Londres de Javier Carvajal para Loewe, abril 1966. Archivo General de la Universidad de Navarra / Fondo Javier Carvajal Ferrer / Proyecto de instalación de Tienda para Loewe en Jermyn St. Redibujados de elaboración propia.

sense, in the overall design of the shop, the placement of the articles acquired importance, as it played a fundamental role in the harmony achieved. Few and well-placed objects gave an image of exclusivity and quality, not only with regard to the article itself, but also to the image of the company. For this reason, the design and use of furniture pieces was essential and responded to a more controlled shop concept. In Jermyn St., which was smaller than the previous stores, the furniture had a design that was more adapted to the proportions of the establishment. The interior of the shop was characterised by the volumetric play of the furniture, clear and emphatic pieces that fit together. Inside were the perimeter showcases-displays, counters and lighting of two types, spherical and linear. (Fig. 15)

Modern furniture with identity

At the entrance he placed a pink granite table-counter, designed specifically for this shop, as well as the signs. (25) The display system that he incorporated around the perimeter of the shop was similar to the one designed for the Serrano shop, but in this case, instead of walnut wood, it was made of grey wood. On the other hand, the interior of the London shop had a cleaner aesthetic than the Madrid project, which was materialised in the use of neutral tones. The architect used furniture to give the store a more dynamic character. He placed two counter-displays, perpendicular to the perimeter shelves, which

25. Information extracted from the plans of the projects, Archivo General de la Universidad de Navarra.

exclusividad y calidad, no sólo respecto al propio artículo, sino en la imagen de la empresa. Por esta razón, el diseño y empleo de las piezas de mobiliario era esencial y respondía a un concepto de tienda más controlada. En Jermyn St., de menor superficie que las anteriores, el mobiliario tenía un diseño más adaptado a las proporciones del establecimiento. La tienda se caracterizaba interiormente por el juego volumétrico que producía el mobiliario, piezas claras y rotundas que se encajaban las unas con las otras. En el interior se situaban las vitrinas-expositores perimetrales, los mostradores y luminarias de dos tipos, esféricas y lineales. (Fig. 15)

Mobiliario moderno y con identidad

En la entrada situó una mesa-mostrador de granito rosa, diseñado específicamente para esta tienda, al igual que los rótulos. (25) El sistema de expositores que incorporó perimetralmente en el local comercial era similar al diseñado para la tienda de Serrano, pero, en este caso, en lugar de ser de madera de nogal, se realizó en madera gris. Por otro lado, el interior de la tienda de Londres presentaba una estética más limpia que el proyecto madrileño, que se materializaba en el uso de tonos neutros. El arquitecto se valió del mobiliario para proporcionar al local de un carácter más dinámico. Situó dos mostradores-expositores, de manera perpendicular a los estantes perimetrales, que contenían unas bandejas expositoras similares a las que Carvajal había ubicado en la tienda de Serrano y sucesivas, convirtiéndose en un elemento característico de las tiendas de Loewe. Por otro lado, se producía un juego entre los estantes expositores y los prismas de iluminación que se organizaban de manera ortogonal. Carvajal completó la escenografía del interior con unas luminarias esféricas transparentes como elemento de diseño que, además de concentrar la luz en unos puntos concretos, adquirieron gran presencia en el espacio, dotándolo por su forma y escala de una contemporaneidad propia de la década de los años sesenta.

contained display trays similar to those that Carvajal had placed in the Serrano shop and successive ones, becoming a characteristic element of Loewe's shops. On the other hand, there was a play between the display shelves and the lighting prisms that were arranged orthogonally. Carvajal completed the scenography of the interior with transparent spherical luminaires as a design element which, in addition to concentrating the light on specific points, acquired a great presence in the space, giving it a contemporary 1960s feel due to its shape and scale.

End of the professional relationship

Jermyn St. was the last shop that Carvajal created for Loewe. From then on, new shops of the Spanish house flourished abroad, such as the one in Tokyo (1973) or the one in Hong Kong (1976). It is not possible to pinpoint a single factor as to why the collaboration between the firm and the architect came to an end. Some researchers have attributed this break-up to business circumstances. (26) However, taking into account the dates and the data obtained, it is thought that it may have been due to a disagreement on the positioning of the design of the shops, in a situation of family changes. (27)

The next store, also in London, was the one opened in 1969 in Old Bond St., so the interruption took place between 66, when the Jermyn St. shop was opened, and that date. As he indicated in a conference on Craftsmanship and

25. Información extraída de los planos de los proyectos, Archivo General de la Universidad de Navarra.

26. FARIÑA Martínez, F. Javier Carvajal: the architectural project as existential tension: between organicism and rationalism. Doctoral Thesis (E.T.S. Architecture (UPM) 2022, 197.

27. MODA.ES. Loewe: the untold story of the Sleeping Beauty of Spanish fashion. *Moda.es*. <https://www.modaes.com/empresa/la-historia-jamas-contada-de-la-bella-durmiente-de-la-moda-espanola>, 10 July 2024. Accessed 17 December 2024.

Fin de la relación profesional

La de Jermyn St. fue la última tienda que Carvajal realizó para Loewe. A partir de entonces florecieron nuevas tiendas de la casa española en el extranjero, como la de Tokio (1973) o la de Hong Kong (1976). Sobre el cese de la colaboración entre la firma y el arquitecto no es posible concretar un único factor. Algunos investigadores han atribuido esta ruptura laboral a circunstancias empresariales. (26) Sin embargo, teniendo en cuenta las fechas y los datos obtenidos, se cree que puede ser debido a un desacuerdo en el posicionamiento de diseño de las tiendas, en una situación de cambios familiares. (27)

El siguiente local, también en Londres, fue el inaugurado en 1969 en Old Bond St., por lo que la interrupción tuvo lugar entre el 66, momento en que se inaugura la tienda de Jermyn St. y esa fecha. Según indicó en una conferencia sobre artesanía y lujo que dio Enrique Loewe en 2016 (28) la firma propuso una renovación de la estrategia de sus locales comerciales para esta nueva etapa de internacionalización. Por un lado, la firmeza en la postura de Carvajal que había favorecido la consolidación de una imagen de marca en unos valores tradicionales y a la vez modernos y, por otro, el deseo de Loewe de adaptar de nuevo la empresa a la situación, en este caso al mercado internacional terminaron por romper la colaboración profesional entre ambos. Esta ruptura pone de manifiesto la tensión inherente entre la necesidad de mantener una visión estética y estratégica coherente y la presión para adaptarse a un entorno empresarial en constante transformación.

Tras el cese de la colaboración entre Carvajal y Loewe, la marca requirió de nuevo una revisión de la imagen que, al igual que en la década de los años cincuenta, había comenzado ya por la arquitectura. A pesar de que Jacques Blond había modificado en los últimos años las tiendas de Carvajal, seguían demandando una adecuación a la nueva sensibilidad. Se encomendó entonces esta tarea al artista Gustavo Torner, gran amigo de Vicente Vela, quien se encargó de conseguir el nuevo sello de elegancia a través del empleo del

luxury given by Enrique Loewe in 2016, (28) the firm proposed a renewal of the strategy of its commercial premises for this new stage of internationalisation. On the one hand, Carvajal's firm stance, which had favoured the consolidation of a brand image based on traditional yet modern values, and on the other, Loewe's desire to adapt the company once again to the situation, in this case to the international market, ended up breaking off the professional collaboration between the two. This rupture highlights the inherent tension between the need to maintain a coherent aesthetic and strategic vision and the pressure to adapt to a constantly changing business environment.

After the cessation of the collaboration between Carvajal and Loewe, the brand once again required a revision of its image which, as in the 1950s, had already begun with the architecture. Although Jacques Blond had modified Carvajal's shops in recent years, they still needed to be adapted to the new sensibility. The artist Gustavo Torner, a great friend of Vicente Vela's, was entrusted with this task. He was responsible for achieving the new seal of elegance through the use of sycamore and oak root in the entrance and façade, thus underlining the effect of the transition between the street and the interior. (29) In 1982 Vela and Torner designed the first Loewe shop in New York, located on Fifth Avenue in Trump Tower.

26. FARÍÑA Martínez, F. Javier Carvajal: el proyecto arquitectónico como tensión existencial: entre el organicismo y el racionalismo. Tesis Doctoral (E.T.S. Arquitectura (UPM) 2022, 197.

27. MODA.ES. Loewe: la historia jamás contada de la Bella Durmiente de la moda española. Moda.es. <https://www.modaes.com/empresa/la-historia-jamas-contada-de-la-bella-durmiente-de-la-moda-espanola>, 10 de julio de 2024. Consultado 17 de diciembre de 2024.

28. Conferencia Enrique Loewe, Artesanía y Lujo. Tienda Loewe, Serrano 26. 16 de febrero de 2016.

28. Enrique Loewe Conference, Craftsmanship and Luxury. Loewe Store, Serrano 26. 16 February 2016.

29. Interview with Vicente Vela, by the authors, at Vicente Vela's studio (C/ Dr. Esquerdo 163). 19 December 2013.

sicomoro y la raíz de roble, en entrada y fachada, subrayando así el efecto de transición entre la calle y el interior. (29) En 1982 Vela y Torner diseñaron la primera tienda de Loewe en Nueva York, situada en la Quinta Avenida en la Trump Tower.

Modernidad, tradición y cultura españolas una conclusión

Esta investigación, realizada a partir de los planos del arquitecto, situados en el Archivo General de la Universidad de Navarra, junto con bibliografía específica del tema, la documentación aportada por Loewe y la entrevista a Vicente Vela, ha permitido, por un lado, sacar a la luz material inédito de los



Fig. 15. Interior tienda de Loewe, Londres. Imagen publicada en el periódico ABC el 12/11/1966.

Spanish Modernity, Tradition and Culture: A Conclusion

This research, based on the architect's plans in the General Archive of the University of Navarra, together with specific bibliography on the subject, the documentation provided by Loewe and the interview with Vicente Vela, has on the one hand brought to light unpublished material on Carvajal's international projects for Loewe and, on the other, offered some conclusions on the identifying features of the house present in the other shops since Serrano, its adaptation and positioning in the international market that led to the cessation of the collaboration with the firm.

First of all, it is interesting to note that the adventure of both protagonists in London gave rise to two different establishments: a commercial space in a hotel and a shop with access from the street. Each one corresponded to one of the two typologies of commercial premises developed by the firm in Spain; of the thirteen shops designed by the architect, seven of them were in hotel interiors and the other six in commercial ground floors. This aspect reveals the continuity of the national commercial strategy abroad, beyond the materialisation of the works. This coherence is also shown in the application of the same architectural parameters, both inside and outside Spain.

In this sense, it is worth recognising the value of Carvajal's understanding of Loewe's needs, maintaining the same formal identity in his shops, but adapting them to each context, which made them precursors of his commercial

29. Entrevista a Vicente Vela, hecha por las autoras, en el taller de Vicente Vela (C/ Dr. Esquerdo 163). 19 diciembre 2013.

proyectos internacionales de Carvajal para Loewe y, por otro, ofrecer algunas conclusiones acerca de los rasgos identitarios de la casa presentes en las otras tiendas desde Serrano, su adaptación y posicionamiento al mercado internacional que condujeron al cese de la colaboración con la firma.

En primer lugar, parece interesante destacar que la aventura de ambos protagonistas en Londres dio lugar a dos establecimientos diferentes: un espacio comercial en un hotel y una tienda con acceso desde la calle. Cada uno correspondía a una de las dos tipologías de locales comerciales, desarrolladas por la firma también en España; de las trece tiendas diseñadas por el arquitecto, siete de ellas se realizaron en espacios en interiores de hoteles y las otras seis, en bajos comerciales. Este aspecto, desvela la continuidad de la estrategia comercial nacional en el extranjero, más allá de la materialización de las obras. Esta coherencia se muestra también en la aplicación de los mismos parámetros en materia arquitectónica, tanto dentro como fuera de España.

En este sentido, cabe reconocer el valor de Carvajal al saber entender las necesidades de Loewe, manteniendo la misma identidad formal en sus tiendas, pero adaptándolas a cada contexto, lo que las convirtió en precursoras de sus ideas comerciales y su diseño, también en el extranjero. Las dos tiendas de Londres poseían su propia esencia y tenían similitudes con otras tiendas previas de la firma. Aunque en ambos establecimientos era notable la continuidad con algunos aspectos de la tienda de Serrano, la situada en el Hilton compartía rasgos con los espacios comerciales de Las Palmas y Sevilla y la de Jermyn St., sin embargo, de la tienda de Valencia, como se ha explicado anteriormente. En ambos casos, destacaba la relación interior-exterior, la dualidad entre ligereza y pesadez, el juego de materiales (en cada una el empleo de una madera diferente), el tipo de escaparate, la definición del mobiliario y un aspecto destacable en las dos internacionales que fue el original diseño de luminarias.

ideas and design, also abroad. The two London shops possessed their own essence and had similarities with other previous Loewe shops. Although in both establishments there was notable continuity with some aspects of the Serrano shop, the one located in the Hilton shared features with the commercial spaces in Las Palmas and Seville and the one in Jermyn St., however, with the Valencia shop, as explained above. In both cases, the interior-exterior relationship, the duality between lightness and heaviness, the interplay of materials (in each case the use of a different wood), the type of window display, the definition of the furniture and a noteworthy aspect in the two international ones was the original design of the lighting fixtures.

A key point in the impact of architectural design on Loewe's strategy was its ability to position the brand as a benchmark of modernity and luxury without disassociating itself from its cultural roots. The shops designed by Carvajal transcended their commercial function to become cultural manifestations that reflected the values of a modern Spain. This approach not only projected a renewed image of the country on the global stage, but also used architecture as a means of communicating the brand's excellence and distinctive identity. By integrating traditional elements of Spanish craftsmanship with contemporary designs, Carvajal succeeded in creating spaces that encapsulated Loewe's values, aspirations and narratives, resonating both locally and internationally. This approach positioned Loewe as an ambassador of Spanish

Un punto clave en el impacto del diseño arquitectónico en la estrategia de Loewe fue su capacidad para posicionar a la marca como un referente de modernidad y lujo sin desvincularse de sus raíces culturales. Las tiendas diseñadas por Carvajal trascendieron su función comercial para convertirse en manifestaciones culturales que reflejaban los valores de una España moderna. Este enfoque no solo proyectó una imagen renovada del país en el escenario global, sino que también utilizó la arquitectura como un medio para comunicar la excelencia y la identidad distintiva de la marca. Al integrar elementos tradicionales de la artesanía española con diseños contemporáneos, Carvajal logró crear espacios que encapsulaban los valores, aspiraciones y narrativas de Loewe, resonando tanto a nivel local como internacional. Este enfoque permitió posicionar a Loewe como un embajador de la excelencia cultural española, reforzando su éxito global y atrayendo a una clientela que valoraba la combinación de tradición y modernidad.

Esto sucede también en las tiendas en el extranjero, entendidas por Carvajal también como elementos para difundir la cultura española en el extranjero, al igual que lo habían hecho los pabellones de Milán y Nueva York. En Londres se produce de dos maneras diferentes: por un lado, manteniendo las estrategias de diseño de las nacionales y así conservar la esencia de la firma intacta en sus valores a nivel internacional, y, por otro, mediante la introducción de referencias españolas, como las fotografías del local del Hilton o las piezas de artistas españoles como José Luis Sánchez en Jermyn St. Ambas tiendas representan la congruencia de la intervención de acuerdo con los principios estéticos y arquitectónicos, asumidos en el proyecto de Loewe, fruto de la coherencia o de búsquedas más personales. Son el inicio de la internacionalización de la marca, y contribuyeron a la difusión de los valores que querían transmitirse en el extranjero, tradición y modernidad españolas.

Estas estrategias de diseño llevadas a cabo por Carvajal y que habían conducido a la consolidación de una imagen de la marca tradicional recono-

cultural excellence, reinforcing its global success and attracting a clientele that valued the combination of tradition and modernity.

This is also the case in the shops abroad, which Carvajal also understood as elements to disseminate Spanish culture abroad, just as the Milan and New York pavilions had done. In London, this is done in two different ways: on the one hand, by maintaining the design strategies of the national ones and thus preserving the essence of the firm intact in its international values, and on the other, by introducing Spanish references, such as the photographs in the Hilton store or the pieces by Spanish artists such as José Luis Sánchez in Jermyn St. Both shops represent the congruence of the intervention in accordance with the aesthetic and architectural principles assumed in the Loewe project, the fruit of coherence or of more personal searches. They are the beginning of the internationalisation of the brand, and contributed to the dissemination of the values they wanted to convey abroad, Spanish tradition and modernity.

These design strategies carried out by Carvajal, which had led to the consolidation of a traditional brand image recognisable in all its shops, were a milestone in the recent history of the field, and their value and contribution went beyond the simple efficiency of the moment. For this reason, they became benchmarks of the time, but also, as mentioned above, of the present day by the hand of Anderson who, once again, takes Carvajal's design parameters and

cible en todas sus tiendas, fueron un hito en la historia reciente del campo, y su valor y aportación fueron más allá de la simple eficacia del momento. Por esta razón, se convirtieron en referentes de la época, pero también, como se ha indicado anteriormente, de la actualidad de la mano de Anderson quien, de nuevo, toma los parámetros de diseño de Carvajal y los vuelve a aplicar a las tiendas a nivel internacional. Según explica Loewe en un comunicado, la razón de esta elección es precisamente devolver a la firma "una inyección de modernidad y de conciencia cultural" (30) y volver a las tradiciones, dándoles un giro moderno. Es decir, devolver a Loewe la esencia de la marca y que tan bien supo entender Carvajal.

reapplies them to the shops at an international level. As Loewe explains in a statement, the reason for this choice is precisely to give the firm "an injection of modernity and cultural awareness" (30) and to return to traditions, giving them a modern twist. In other words, to bring back to Loewe the essence of the brand that Carvajal understood so well.

30. MODA.ES. Loewe cambia su imagen corporativa nueve meses después de fichar a Jonathan Anderson. Moda.es. Barcelona: Ripley Gestora de Contenidos, 2014, Consultado el 10 de julio de 2014 en <http://www.modaes.es/empresa/20140604/loewe-cambia-su-imagen-corporativa-nueve-meses-despues-de-fichar-a-jonathan-anderson.html>

30. FASHION. Loewe changes its corporate image nine months after signing Jonathan Anderson. Moda.es. Barcelona: Ripley Gestora de Contenidos, 2014, Accessed on 10 July 2014 at <http://www.modaes.es/empresa/20140604/loewe-cambia-su-imagen-corporativa-nueve-meses-despues-de-fichar-a-jonathan-anderson.html>

Referencias bibliográficas

AA.VV. *Carvajal: Spanish Pavilion, The. 1964/65 New York World's Fair. Javier Carvajal*. Pamplona, TG) Ediciones, 2014.

ABC. Se inaugura en Londres una tienda española. En *ABC*. 12 de noviembre de 1966, p. 20. Archivo Loewe, 1966, p. 20.

ANTÓN, J. Javier Carvajal. La forja de un lenguaje (Tesis doctoral. Escuela Técnica Superior de Arquitectura, Universidad de Navarra, Pamplona, España), 2016, p. 218.

ANTÓN Sancho, J.; GONZÁLEZ Presencio, M. "Dibujo y control. El trabajo de Javier Carvajal para Loewe". *EGA Expresión Gráfica Arquitectónica*, 24(37), 2019, pp. 48-61. doi: 10.4995/ega.2019.10584.

Archivo General de la Universidad de Navarra. Fondo Javier Carvajal Ferrer.

BARUECO Ecijano, J. Arquitectura, diseño y arte en las tiendas de Carvajal para Loewe (Trabajo Fin de Grado, E.T.S. Arquitectura, UPM, España), 2019.

BERGERA, I. "Ensayar la arquitectura: locales comerciales, 1940-1961". En: *Actas del Congreso Internacional De Roma a Nueva York: Itinerarios de la nueva arquitectura española, 1950-1965*. Pamplona: Universidad de Navarra, 1998.

CARVAJAL, J. "Nada es negativo". En *AA.VV. J. Carvajal Arquitecto*. Madrid: Colegio Oficial de Arquitectos, 1991, p. 31

CARVAJAL, J. "Instalación y decoración de una tienda en Madrid". En: *Arquitectura*, 16, 1960, pp. 32-36.

CRESPO Calvo, C. Tendencias y estrategias del escaparate en los locales comerciales en España 1950-1960. Trabajo Fin de Grado, ETSA Universidad de Navarra, 2023.

Entrevista a Vicente Vela, hecha por las autoras, en el taller de Vicente Vela (C/ Dr. Esquerdo 163).

Bibliographical references

AA.VV. *Carvajal: Spanish Pavilion, The. 1964/65 New York World's Fair. Javier Carvajal*. Pamplona, TG) Ediciones, 2014.

ABC. Se inaugura en Londres una tienda española. En *ABC*. 12 de noviembre de 1966, p. 20. Archivo Loewe, 1966, p. 20.

ANTÓN, J. Javier Carvajal. La forja de un lenguaje (Doctoral thesis. Escuela Técnica Superior de Arquitectura, Universidad de Navarra, Pamplona, España), 2016, p. 218.

ANTÓN Sancho, J.; GONZÁLEZ Presencio, M. "Dibujo y control. El trabajo de Javier Carvajal para Loewe". *EGA Expresión Gráfica Arquitectónica*, 24(37), 2019, pp. 48-61. doi: 10.4995/ega.2019.10584.

General Archive of the University of Navarra. Javier Carvajal Ferrer Collection.

BARUECO Ecijano, J. Arquitectura, diseño y arte en las tiendas de Carvajal para Loewe (Final Degree Project, E.T.S. Arquitectura, UPM, España), 2019.

BERGERA, I. "Ensayar la arquitectura: locales comerciales, 1940-1961". In: *Actas del Congreso Internacional De Roma a Nueva York: Itinerarios de la nueva arquitectura española, 1950-1965*. Pamplona: Universidad de Navarra, 1998.

CARVAJAL, J. "Nada es negativo". In: *AA.VV. J. Carvajal Arquitecto*. Madrid: Colegio Oficial de Arquitectos, 1991, p. 31

CARVAJAL, J. "Instalación y decoración de una tienda en Madrid". In: *Arquitectura*, 16, 1960, pp. 32-36.

CRESPO Calvo, C. Tendencias y estrategias del escaparate en los locales comerciales en España 1950-1960. Final Degree Project, ETSA Universidad de Navarra, 2023.

Interview with Vicente Vela, by the authors, at Vicente Vela's studio (C/ Dr. Esquerdo 163). 19

19 diciembre 2013.

FARIÑA Martínez, F. Javier Carvajal: el proyecto arquitectónico como tensión existencial: entre el organicismo y el racionalismo. Tesis Doctoral (E.T.S. Arquitectura (UPM)) 2022. <https://doi.org/10.20868/UPM.thesis.70485>.

FUNES, M. L. "Jonathan Anderson: Me voy a quedar hasta que Loewe funciones y se posiciones mundialmente". ABC.es. Madrid: Diario ABC, S.L Consultado el 10 de julio de 2014, en <http://www.abc.es/estilo/gente/20140629/abc-jonathan-anderson-loewe-201406282139.html>

HERNÁNDEZ Cava, F. "Tiempos de Loewe". En: *Loewe 1846-1996*. Madrid, España: Loewe, 1995, pp. 22 y 109.

JAÉN Albaiteiro, M. "Óptica Cottet". En: *Revista Nacional de Arquitectura*, 139, 1953, pp. 31-33.

JOSA Martínez, M.E.; ANTÓN Sancho, J.; VILLANUEVA Fernández, M. "La tienda como proyecto global: Loewe en Valencia. Constelaciones". En: *Revista de Arquitectura de La Universidad CEU San Pablo*, 6. <https://doi.org/10.31921/constelaciones.n6a5>, 2018, pp.77-91.

JOSA Martínez, M.E.; VILLANUEVA Fernández, M. "La Serrano de Loewe, Javier Carvajal: análisis de proyecto arquitectónico". En: *ESTOA*, 10 (6), 2017, pp. 89-98.

JOSA Martínez, M.E.; VILLANUEVA Fernández, M. "Loewe, Design between Modernity and Tradition, 1846-2016". En: *Fashion Education for the future. Sustainable development in social, economic, environmental, cultural and geographic dimensions*, coords. DANTAS MENDES, Francesca, Sao Paulo: EACH, 2017b, pp. 121-127.

JOSA Martínez, M.E.; VILLANUEVA Fernández, M.;

December 2013.

FARIÑA Martínez, F. Javier Carvajal: el proyecto arquitectónico como tensión existencial: entre el organicismo y el racionalismo. Doctoral thesis (E.T.S. Arquitectura (UPM)) 2022. <https://doi.org/10.20868/UPM.thesis.70485>.

FUNES, M. L. "Jonathan Anderson: Me voy a quedar hasta que Loewe funciones y se posiciones mundialmente". ABC.es. Madrid: Diario ABC, S.L Retrieved July 10, 2014 at <http://www.abc.es/estilo/gente/20140629/abc-jonathan-anderson-loewe-201406282139.html>

HERNÁNDEZ Cava, F. "Tiempos de Loewe". In: *Loewe 1846-1996*. Madrid, España: Loewe, 1995, pp. 22 y 109.

JAÉN Albaiteiro, M. "Óptica Cottet". In: *Revista Nacional de Arquitectura*, 139, 1953, pp. 31-33.

JOSA Martínez, M.E.; ANTÓN Sancho, J.; VILLANUEVA Fernández, M. "La tienda como proyecto global: Loewe en Valencia. Constelaciones". En: *Revista de Arquitectura de La Universidad CEU San Pablo*, 6. <https://doi.org/10.31921/constelaciones.n6a5>, 2018, pp.77-91.

JOSA Martínez, M.E.; VILLANUEVA Fernández, M. "La Serrano de Loewe, Javier Carvajal: análisis de proyecto arquitectónico". In: *ESTOA*, 10 (6), 2017, pp. 89-98.

JOSA Martínez, M.E.; VILLANUEVA Fernández, M. "Loewe, Design between Modernity and Tradition, 1846-2016". In: *Fashion Education for the future. Sustainable development in social, economic, environmental, cultural and geographic dimensions*, coords. DANTAS MENDES, Francesca, Sao Paulo: EACH, 2017b, pp. 121-127.

JOSA Martínez, M.E.; VILLANUEVA Fernández, M.;

Cantista, I. "Brand Building: The Case of Collaboration Between Javier Carvajal and Loewe". En: *AA. VV. Understanding Luxury Fashion: From Emotions to Brand Building*. Londres: Palgrave MacMillan, 2019, pp. 221-241.

LOSADA, J. Realidad e ilusión. Locales comerciales en España, 1950-1960. Tesis Doctoral. Escuela Técnica Superior de Arquitectura, Pamplona, Universidad de Navarra, 2012.

MARTÍN, C.; CHOCARRO, C. "Loewe/Carvajal 1960". En: *Oriente y occidente: la moda, síntesis de culturas*. Pamplona: Universidad de Navarra, 2007, pp. 165-168

MODA.ES. "Loewe cambia su imagen corporativa nueve meses después de fichar a Jonathan Anderson". Modaes. Barcelona: Ripley Gestora de Contenidos, 2014, Consultado el 10 de julio de 2014 en <http://www.modaes.es/empresa/20140604/loewe-cambia-su-imagen-corporativa-nueve-meses-despues-de-fichar-a-jonathan-anderson.html>

MODA.ES. "Loewe: la historia jamás contada de la Bella Durmiente de la moda española". Modaes. <https://www.modaes.com/empresa/la-historia-jamas-contada-de-la-bella-durmiente-de-la-moda-espanola>, 10 de julio de 2024. Consultado 17 de diciembre de 2024.

RAMÍREZ DE LUCAS, J. "Medalla de oro al pabellón de España en la XI Trienal de Milán". Madrid: ABC, 1957, p. 43.

TORRENT, R. *El diseño industrial en España*. Madrid, España: Cátedra, 2010.

VILLANUEVA Fernández, M.; JOSA Martínez, M.E. "Loewe, tradición en la imagen de la marca revista internacional de cultura visual". En: *Revista Internacional de Cultura Visual*, 3 (1), pp. 47-57.

Cantista, I. "Brand Building: The Case of Collaboration Between Javier Carvajal and Loewe". In: *AA. VV. Understanding Luxury Fashion: From Emotions to Brand Building*. Londres: Palgrave MacMillan, 2019, pp. 221-241.

LOSADA, J. Realidad e ilusión. Locales comerciales en España, 1950-1960. Doctoral thesis. Escuela Técnica Superior de Arquitectura, Pamplona, Universidad de Navarra, 2012.

MARTÍN, C.; CHOCARRO, C. "Loewe/Carvajal 1960". En: *Oriente y occidente: la moda, síntesis de culturas*. Pamplona: Universidad de Navarra, 2007, pp. 165-168

MODA.ES. "Loewe cambia su imagen corporativa nueve meses después de fichar a Jonathan Anderson". Modaes. Barcelona: Ripley Gestora de Contenidos, 2014, Consultado el 10 July 2014 at <http://www.modaes.es/empresa/20140604/loewe-cambia-su-imagen-corporativa-nueve-meses-despues-de-fichar-a-jonathan-anderson.html>

MODA.ES. "Loewe: la historia jamás contada de la Bella Durmiente de la moda española". Modaes. <https://www.modaes.com/empresa/la-historia-jamas-contada-de-la-bella-durmiente-de-la-moda-espanola>, 10 de julio de 2024. Accessed 17 December 2024.

RAMÍREZ DE LUCAS, J. "Medalla de oro al pabellón de España en la XI Trienal de Milán". Madrid: ABC, 1957, p. 43.

TORRENT, R. *El diseño industrial en España*. Madrid, España: Cátedra, 2010.

VILLANUEVA Fernández, M.; JOSA Martínez, M.E. "Loewe, tradición en la imagen de la marca revista internacional de cultura visual". In: *Revista Internacional de Cultura Visual*, 3 (1), pp. 47-57.