

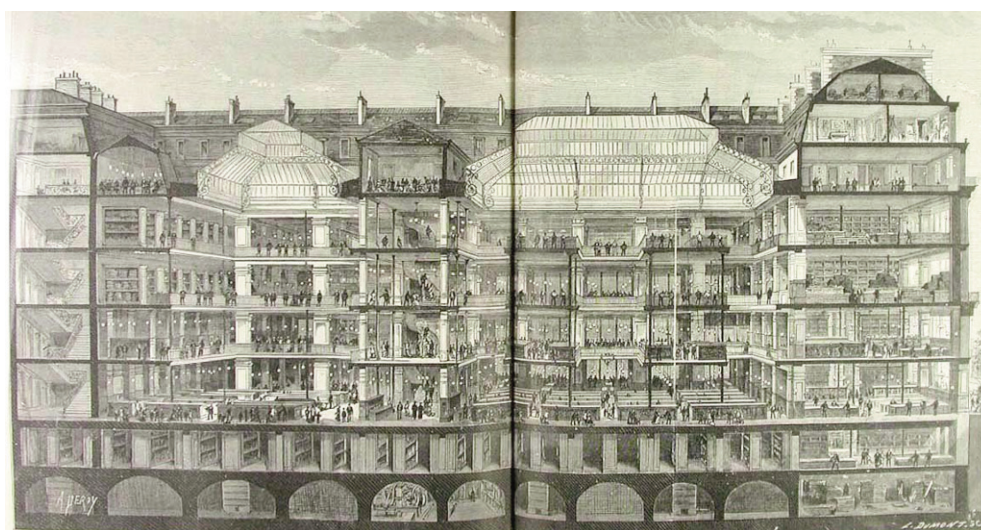
Rafael Serrano  
Sáseta

## El edificio del gran almacén clásico

### Arquitectura para el trabajo

*Los grandes almacenes clásicos del siglo XIX se inspiran en parte en las colmenas. La actividad humana en su interior se compara con la de las abejas. Su espacio es clasificador, compartimentado en alveolos. Pero sobre todo, lo que acerca los primeros grandes almacenes a la idea de la colmena es que se trata de una arquitectura del trabajo. Esto no resulta evidente, ya que en estos edificios la visión del trabajo es ocultada bajo la apariencia de lo festivo, necesaria para la actividad comercial. Su desafío consiste en compatibilizar consumo y trabajo en un mismo lugar. Esta dualidad se resuelve generando escenarios teatrales donde se representa la función de la venta, detrás de los cuales se esconden bastidores técnicos destinados a intenso trabajo. Esta trastienda tiene una nobleza arquitectónica en los orígenes que decrece conforme el tipo arquitectónico evoluciona.*

Figura 1. Sección longitudinal de los grandes almacenes A la Belle Jardinière. El gran almacén como una colmena humana (Faraut 1987: 62).



Como sucede frecuentemente con las estructuras de trabajo fourieristas de la segunda mitad del siglo XIX, las de los grandes almacenes clásicos suelen encontrar su inspiración organizativa en las colmenas. El simil es aún más adecuado en estos edificios, tan frecuentes en las grandes capitales occidentales de países industrializados, que en aquellos de naturaleza específicamente fabril. La actividad de la fábrica es mecánica y ordenada, pero rara vez produce el efecto de una actividad frenética como la de las abejas agolpándose sobre el panal. El hecho de que estos edificios estén abiertos a las masas humanas le da aún mayor solidez a la comparación.<sup>1</sup>

Como resultado, las referencias a “la colmena humana” y al “gran almacén visto como una colmena laboriosa” son relativamente corrientes en la literatura existente sobre el tema. En su novela sobre el mundo de los grandes almacenes, *Au bonheur des dames*, Emilio Zola escribe: “El almacén, todavía vacío, recibiendo aún a sus empleados, zumbaba desde el interior

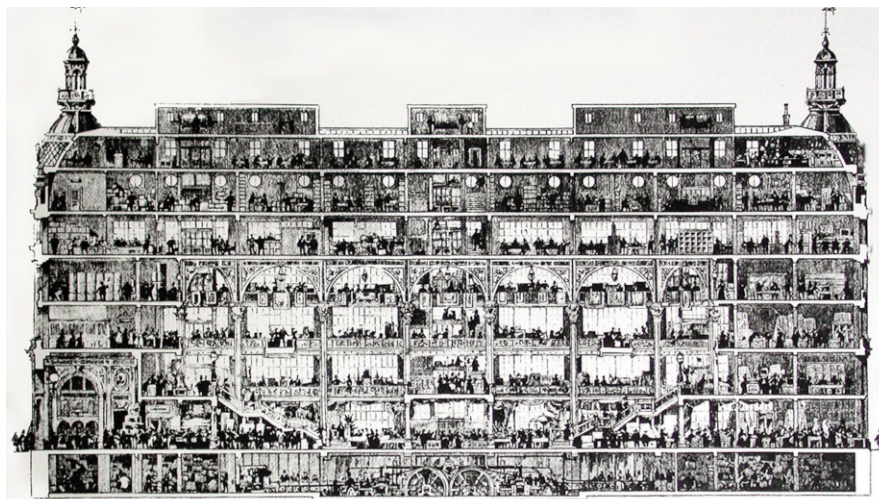
como una colmena que se despierta” (Zola, 1882: 42)(fig. 1).

Y ya en el siglo XX, entre otras tenemos las referencias de los textos divulgativos sobre un universo mágico y siempre rentable como este. Gilles Normand, por poner solo un ejemplo, contempla el gran almacén como una “vasta colmena zumbona y centelleante” (Normand 1920: 17), con lo que introduce el importante factor luminoso. El que, ya en 1838, existiese un almacén de novedades llamado “La Colmena”, en el número 36 de la calle du Bac de París, de cuya existencia se sabe por una factura datada entonces (Juillard, 1997: 186), puede querer significar que la agitación de la muchedumbre humana caracterizó desde los orígenes a estos lugares y que la metáfora apícola no es inducida por la literatura sobre el uso ciudadano corriente, sino a la inversa.<sup>2</sup>

Ahora bien, independientemente del zumbido provocado por las masas de clientes que pululan por su interior, existen otros

Rafael Serrano  
Sáseta  
Dr. Arquitecto.  
Profesor Ayudante  
Doctor E. T. S. A. de  
Sevilla.

Figura 2. Sección longitudinal de los grandes almacenes Au Printemps.  
El gran almacén como una colmena humana (Mac Orlan 1931: 54).



dos paralelismos entre el mundo de los grandes almacenes clásicos y el de las colmenas. El primero de estos dos paralelismos es sugerido por la doble acepción de la palabra francesa *rayon*. Francia, con su capital, es uno de los grandes centros en los que vemos nacer y crecer este tipo de arquitectura, por lo que no es descabellado analizar la terminología que en francés ha ido surgiendo con respecto a este fenómeno. En apicultura, *rayon* en francés quiere decir “panal de cera hecho por las abejas” y según el *Dictionnaire historique de la langue française*:

Del significado de “panal de cera de las abejas” que data de 1538, es claro testimonio el valor analógico que tiene *rayon* como “casillero”. Al llegar el siglo XVII, la palabra designa las divisiones de armarios de comerciantes en pequeños cuadrados donde se guarda la mercancía (1690). A continuación *rayon* ha extendido su significado al de “casillero o estantería de clasificación” (siglo XVIII) y por metonimia “en los almacenes, conjunto de mostradores dedicados a un mismo tipo de artículos (1841)” (Rey 1992: 1851).

O sea que, al menos en origen, la estructura espacial interna de estos edificios se compartimenta como la de las colmenas, formando panales y alveolos donde se disponen ordenadamente los diferentes tipos de artículos. Las palabras que utilizamos en castellano para designar el *rayon* son “departamento” o bien “sección”.

Pero además del bullicio humano y de su compartimentación, lo que acerca el gran almacén a la colmena es el poder para simbolizar los valores del trabajo, la producción racional, la abnegación y el sentido del ahorro. El símbolo de la abeja laboriosa es uno de los modelos morales que

mayor influencia han tenido en la construcción de la sociedad industrial. Los valores que él representa son muy característicos de los primeros grandes almacenes. No es por casualidad que el filántropo Aristide Boucicaut eligió como emblema de los grandes almacenes Au Bon Marché de París, de los que fue principal director, el anagrama de una colmena de la que salía un enjambre de abejas (Jarry 1948: 135).

Las coincidencias de carácter organizativo trascienden la relación simbólica. Para los redactores de *L'illustration*, los grandes almacenes Au Printemps de París (fig. 2) se habían convertido, tras las obras de ampliación que se llevaron a cabo entre 1874 y 1876, en “una verdadera colmena obrera donde trabajaban y se alojaban 800 empleados.” (*L'illustration* 1881: 192). Naturalmente esta masa de trabajo se estructuraba jerárquicamente, atendiendo a diferentes especializaciones:

“El papel de los jefes de departamento en la inmensa colmena es el de responsabilizarse de la prosperidad de su propio alveolo [...] El gran almacén es colmena por su actividad y biblioteca por su orden y por el metodismo que reina en cada una de sus partes”. (Jarry 1948: 68)

En los grandes almacenes de la Samaritaine, el colaborador que no trabajaba lo suficiente era, según Madame Cognacq, una de las propietarias del establecimiento, “un zángano en la colmena.” Años más tarde, su sucesor a la cabeza de la empresa, Gabriel Cognacq, definía el gran almacén como

“...la explotación bajo una misma marca, de cien especialidades diferentes, siendo cada una de estas especialidades el objeto de actividad de una de las innumerables



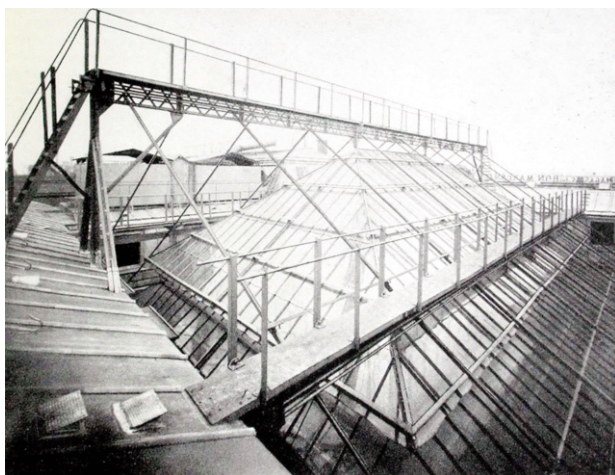


Figura 3. Exterior de una de las cubiertas acristaladas de los grandes almacenes Au Bon Marché de París (L.C. Boileau y G. Eiffel, 1876) (Giedion 1928: 33).

células de esta inmensa colmena, llamadas departamentos (rayons)” (Cognacq 1933: 19).

Aunque a primera vista pueda no resultar tan evidente, los grandes almacenes clásicos, negocios dirigidos por familias –crecidas desde lo más bajo–, prácticamente hasta la posguerra, con plantillas de trabajadores jerarquizados y educados en la cultura del esfuerzo son, como las colmenas o los hormigueros, edificios para el trabajo. Si la constatación produce extrañeza es efectivamente porque en estos edificios la visión del trabajo es ocultada bajo la apariencia de lo festivo que necesita toda estructura comercial. La incitación al consumo solo viene provocada por los ambientes festivos y de ocio.

El amontonamiento de fardos, las estanterías de clasificación de mercancías, de enormes dimensiones en los viejos almacenes, podían ser el símbolo de una abundancia, de un derroche, por tanto asociados a la festividad de la venta, pero también podían recordar los espacios de almacenamiento puro, las naves y los hangares. Espacios de trabajo por tanto... y de trabajo esforzado, de carga y descarga. Hasta la misma función comercial, donde se intercambia dinero por mercancías podía ser vista como trabajo, luego resultar, paradójicamente, perniciosa para sí misma (Veblen 1899: 152). En el gran almacén clásico se relega a un plano secundario lo que constituye realmente su razón de ser, la función comercial, para dar mayor importancia a los espacios que expresan el encuentro social.

He ahí uno de los grandes desafíos de esta arquitectura histórica: Hacer compatibles el consumo y el trabajo en un mismo lugar, relegando los ámbitos de trabajo a espacios de trastienda ocultos tras esce-

narios donde se representa teatralmente el universo de la diversión y del gasto. En esos escenarios nada debe recordar la fatiga, la rutina, la concentración seria en la labor, etc., visiones que perjudicarían la necesaria atmósfera eufórica. Esa lógica dual que rige el delante y el detrás, el dentro y el fuera de estos edificios, queda ilustrada magistralmente con dos imágenes de Sigfried Giedion.

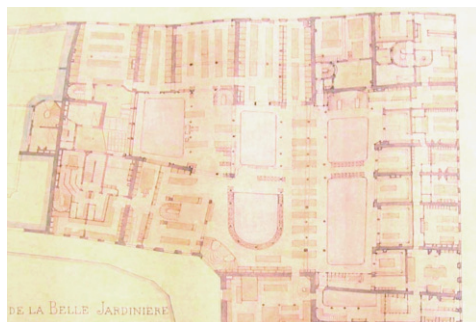
En el capítulo que el historiador suizo dedica a los grandes almacenes, incluido en su libro *Bauen in Frankreich Eisen Eisenbeton*, puede verse una imagen del exterior de una de las cubiertas acristaladas del edificio de los grandes almacenes Au Bon Marché de París (fig. 3). El autor juega al contraste impactante contraponiendo a esta, la imagen del espacio interior sobre el que gravitaría dicha cubierta (fig. 4). Giedion no oculta la admiración que siente por las estructuras anónimas e ingenieriles que produce cierta arquitectura del siglo XIX. “Allí donde el siglo XIX siente que no está siendo contemplado, llega a decir, gana en audacia.” (Giedion 1928: 33). Este texto acepta el desafío de contemplar tales espacios audaciosos que, como este, de una sinceridad técnica descarnada, se esconden detrás del decorado.

De estos paradójicos subespacios del trabajo (ya sea del trabajo de los elementos ingenieriles puros de la propia arquitectura o del trabajo humano propiamente dicho), camuflados en los palacios del placer comercial que son los grandes almacenes, trasciende muy poco al escenario de la *doxa*. Se admite en él la imprescindible presencia de trabajadores desempeñando

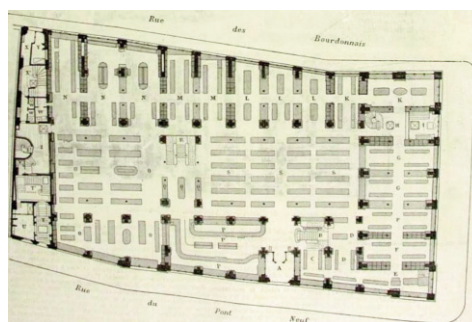
Figura 4. Espacio interior de los grandes almacenes Au Bon Marché de París, debajo de la cubierta que aparece en la figura 3 (Giedion 1928: 34).



*Figura 5. Izquierda. Segunda planta del antiguo edificio de la Belle Jardinière, isla de la Cité, primeros años década de 1860. Cada planta se especializa en un sector comercial (ropa masculina, tejidos para decoración interior...), albergando todo el proceso desde producción hasta comercialización (Archivo Catherine Papin).*



*Figura 6. Derecha. Planta baja del edificio de la Belle Jardinière proyectado y construido en 1866-1868 por el arquitecto Henri Blondel. Estado en 1878 (L'illustration 1878: 374).*



labores de servicio. Uno de los ideales perseguidos en la formación de la dependiente o del dependiente del gran almacén clásico es el de amable y solícito sirviente doméstico. Se trata de un trabajo de gran dureza, pero aparentemente ligero, sin grandes esfuerzos físicos.<sup>3</sup> Aparte del trabajo en inevitable contacto con el cliente (y con la mercancía expuesta) de vendedores, cajeros, jefes de departamento y encargados de exposiciones en los espacios de venta, el resto de las formas de trabajo se hace entre bastidores. Estas tareas se relegan a los sótanos y a los áticos, cuando no son llevadas a cabo en edificios secundarios.

Uno de los vectores de la evolución espacial de estos edificios a lo largo del tiempo es el de la segregación cada vez más radical de lo que describimos como espacios escénicos de venta y los bastidores de trabajo puro, que cada vez tienden a ser más residuales. En una segunda fase se procedería directamente a la reducción al máximo posible de estos últimos o a su supresión. En los primeros grandes almacenes, donde los talleres de costura conviven naturalmente con los departamentos que comercializan lo producido, caso de la Belle Jardinière, se tiende drásticamente a separar fabricación y venta. Estos grandes almacenes, uno de los más antiguos de

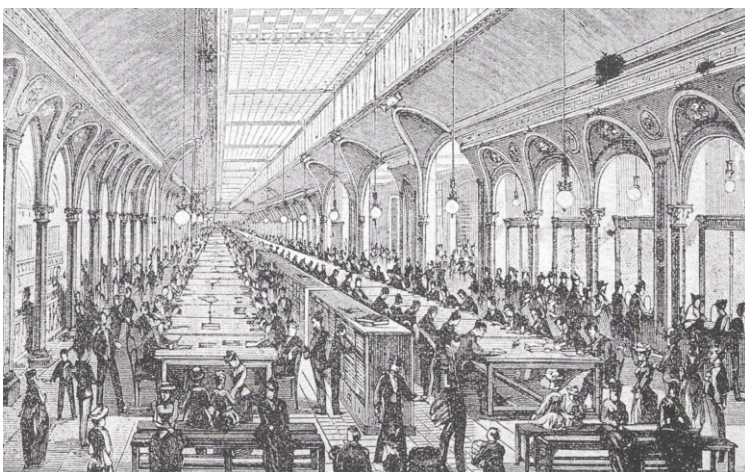
París al haber sido fundados en 1824, tuvieron su primera ubicación en un edificio residencial de la Île de la Cité. Con los trabajos de Haussmann y la reordenación radical de esta isla, el viejo edificio fue expropiado y la Belle Jardinière se trasladó a un nuevo edificio proyectado y construido por el prestigioso arquitecto Henri Blondel entre 1866 y 1868. Se trataba de un solar de situación privilegiada, en primera línea del muelle de la Mégisserie, en la orilla derecha del Sena, sobre una calle abierta recientemente, que pretendía conectar el Pont-Neuf con el mercado de Les Halles.

Es instructiva la comparación del antiguo y del nuevo edificio de la Belle Jardinière (figs. 5 y 6). En el inmueble de la Île de la Cité las diferencias de uso entre una planta y otra venían más bien referidas a los diferentes sectores comerciales (ropa masculina, tejidos y artículos para la decoración interior...), albergándose en cada planta todo el proceso de cada uno, desde la fabricación hasta la comercialización. Las dependencias dedicadas a la venta, se encontraban por tanto junto a los talleres de costura y a las oficinas de contabilidad respectivas, lo que no deja de responder a una lógica derivada de los organismos que componen la ciudad artesanal. En el nuevo edificio cada planta se destina a una función diferente: La venta en la planta baja y la entreplanta, incluyendo todos los departamentos que ofrecía el establecimiento; los espacios de dirección y administración en la primera y los de fabricación en la segunda. Tercera, cuarta y quinta planta son ocupadas por las habitaciones de personal y gerentes.

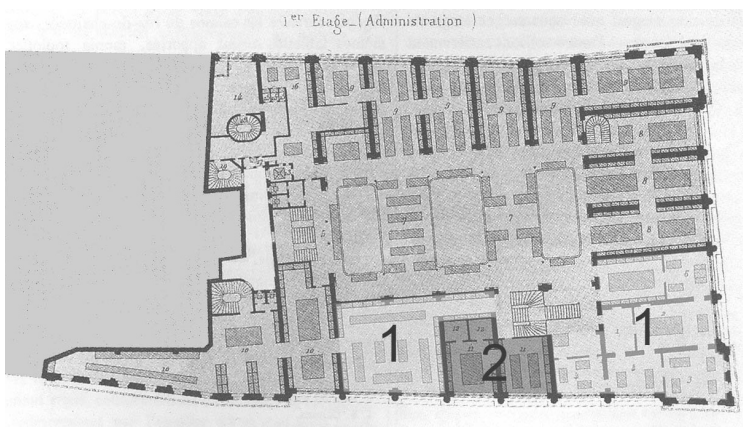
### Los espacios de administración en los grandes almacenes.

En otro ejemplo pionero como el de los almacenes Crespin-Dufayel de París, donde todo quiere ser colosal, imágenes de finales de la década de 1880 indican que el tratamiento monumental aún no distingue entre espacios para el cliente y espacios para el empleado. Las oficinas postales de

*Figura 7. Oficinas postales en los almacenes Crespin-Dufayel a finales de la década de 1880 (BNF).*







*Figura 8. Primera planta del edificio de la Belle Jardinière (1867, arqu.: Henri Blondel). (1) espacios destinados a dirección y administración, en torno al departamento de ropa eclesiástica (2) (Vauthier 1873: 9, ilustración original coloreada por autor).*

estos grandes almacenes se sitúan en una de las largas galerías perpendiculares a la rue de Clignancourt, ocupando un espacio que nada tiene que ver con la imagen tópica del edificio administrativo (fig. 7). Este ejército de oficinistas se encargaba de abrir las cartas de clientes, redactar las respuestas y pasar los pedidos al departamento correspondiente. También enviaban catálogos en los que se incluían muestras de tejidos de diferente calidad, que previamente había que cortar en pequeños trozos.

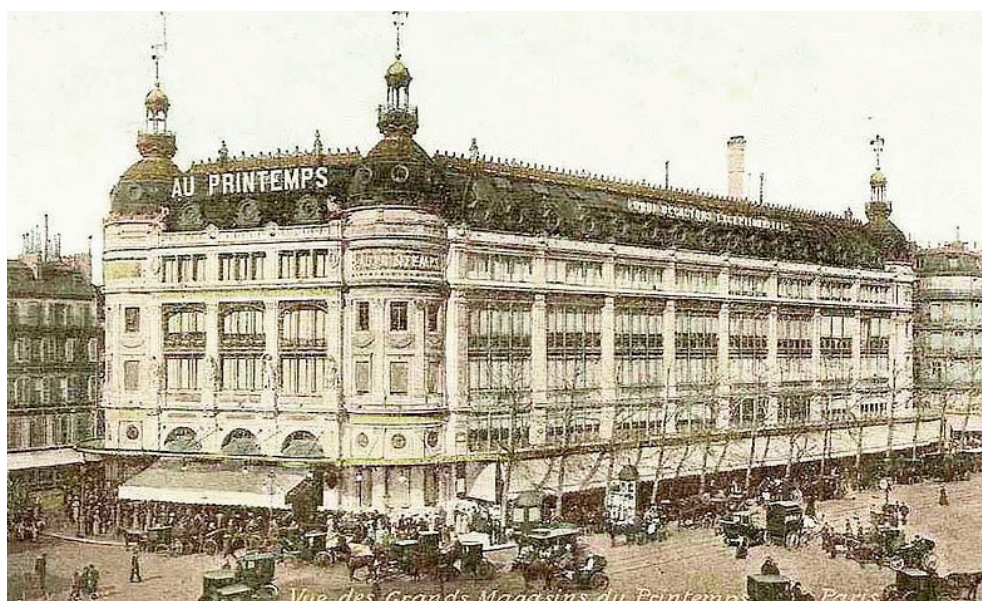
El que los catálogos de las casas comerciales y las noticias de prensa incluyeran este tipo de imágenes del interior de los grandes almacenes, y no de los espacios más nobles, significa que estos edificios interesaban integralmente, en su funcionamiento mecánico, como curiosidades del saber divulgativo que tanto entretenían y entretienen a las sociedades burguesas. Por otra parte, si los espacios administrativos eran así de monumentales ¿cómo serían entonces los espacios de venta? La leve

exageración permitida por la representación artística jugaba a favor del establecimiento.

Los enormes almacenes Crespin-Dufayel, que cubrían una superficie aproximada de 10.600 metros cuadrados en una zona céntrica de París, figuran entre los primeros en extender sus redes de manera sistemática a todo el territorio de Francia y otros países de Europa mediante el envío de catálogos y la venta por correspondencia. Se entiende entonces la amplitud de estas oficinas, sin embargo en otros grandes almacenes de finales del XIX más tradicionales, las zonas administrativas eran en origen bastante reducidas. En el caso del edificio de la Belle Jardinière el espacio verdaderamente ocupado por las oficinas de administración en la primera planta, que es la que se supone que está enteramente dedicada a este uso, se concentra únicamente en la esquina más privilegiada del edificio (fig. 8).

El resto de la planta se dedica a almacenes de reserva, recepción de mercancías en bruto –en el centro- y al departamento dedicado a la ropa eclesiástica –con probadores incluidos-, que por su carácter algo especial se aísla del resto del espacio de venta. Sin embargo las oficinas en el gran almacén aumentarán de número a todo lo largo del siglo XX y sobre todo en la posguerra. Este aumento es el reflejo de la mayor actividad contable y del cambio a un tipo de organización empresarial importada de los grandes almacenes americanos. Para dar cabida a las nuevas funciones terciarias en este tipo de edificios se cometen a veces tropelías inclassificables. Quizás el caso más conocido sea el de los grandes almacenes Au Printemps de París.

*Figura 9. Tarjeta postal de comienzos del siglo XX donde puede apreciarse la cubierta original del edificio de los grandes almacenes Au Printemps de París (arqu.: Paul Sédille, 1881) (BNF).*





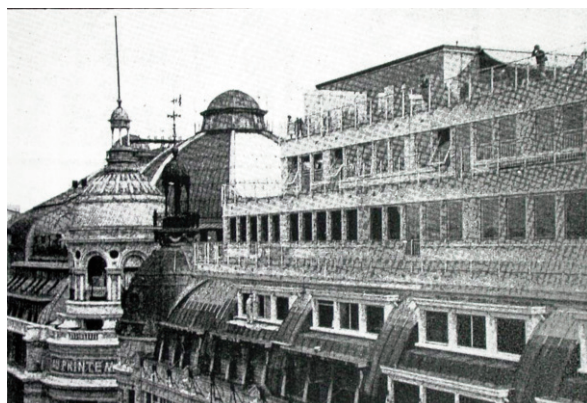


Figura 10. Inauguración 1963 de dos plantas adicionales sobre la cubierta del antiguo edificio de los grandes almacenes Au Printemps de París (Marrey 1979: 184).

En 1963 se sustituyó la cubierta original del edificio proyectado y construido por el arquitecto Paul Sédille en 1881. Se suprimieron las mansardas que habían servido como antiguas habitaciones de empleados y para otros usos y se construyeron dos plantas más con escasísima o nula sensibilidad patrimonial. Esas plantas altas suplementarias son hoy utilizadas básicamente como superficie de ventas (figs. 9 y 10).

#### Funciones de los sótanos en el gran almacén clásico.

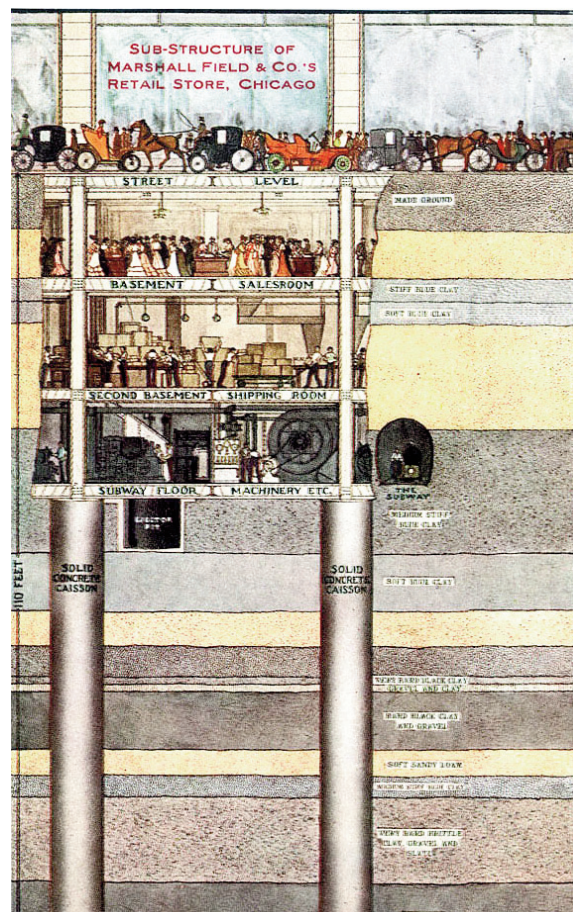
El sótano también puede acoger superficies de venta, aunque muy específicas. El fenómeno es especialmente importante en el ámbito anglosajón. En Estados Unidos, los grandes almacenes cuentan frecuentemente con los denominados *basement stores*, producto de una segregación espacial de otro tipo sufrida por el edificio. Se trata de la separación de las diferentes clases sociales o económicas de clientes que el almacén acoge en su seno. A veces, el *basement store* cuenta con su propia puerta independiente de las de otras zonas del edificio o conectada directamente con el metro. El sótano como superficie de venta es un lugar del edificio poco privilegiado desde el punto de vista de la iluminación y de la espacialidad misma. No posee ventanas, los techos no suelen tener las alturas con las que cuentan las plantas superiores y además las instalaciones se encuentran a la vista.

El término *basement store* es por tanto sinónimo de almacén barato, para clientelas humildes a las que el espacio comercial mismo importa menos que la posibilidad

de encontrar una ganga entre la mercancía que, desechada de las plantas superiores, baja al sótano con precios de oferta. La multitud se agolpa de manera violenta en estos *basement store*, agravando el problema de la deficiente ventilación. Los dependientes no están ni formados ni uniformados al mismo nivel que en las plantas nobles, y los artículos suelen presentarse en desorden, sin concepto expositivo alguno. Las mesas de exposición de artículos del almacén tradicional, que están lejos de ser elementos manipulables por la clientela, son sustituidas por las *aisle tables*, o soportes recipientes de artículos entremezclados que todo el mundo toca.

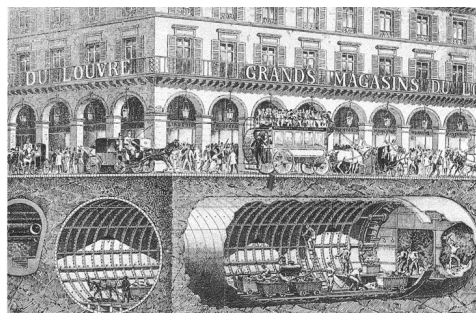
La utilización de los sótanos como espacio de ventas los asocia con valores del mundo del comercio no muy positivos. El sótano es el lugar donde se produce la muerte del pobre dependiente, asfixiado por la fuga de gases de una conducción subterránea en la novela de Lurana W. Sheldon, *For Gold or Soul? The Story of a Great Department Store*. Sin embargo, el sótano es también una parte importante del gran almacén por representar su estabilidad, su anclaje al suelo, lo que es de una gran importancia para una institución de carácter burgués como ésta (fig. 11).

Figura 11. Ilustración de las plantas de sótano y los cimientos de los grandes almacenes Marshall & Field de Chicago. La importancia de la subestructura del edificio (Colección Michael and Kate Corcoran).



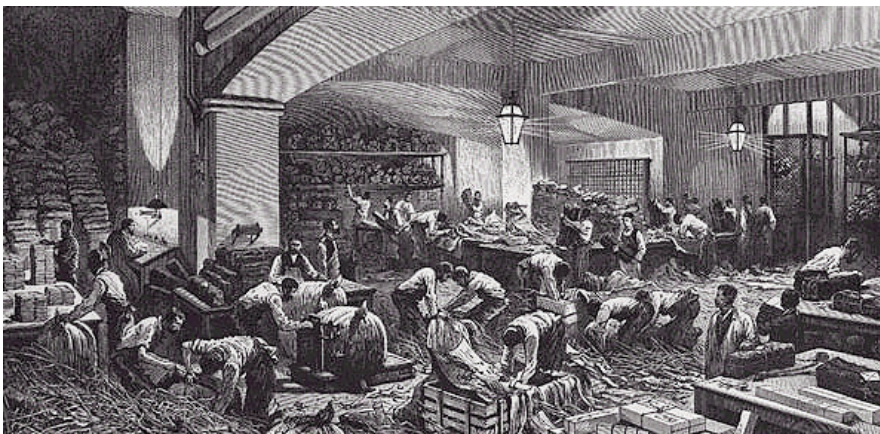


*Figura 12. Apertura línea 1 metro de París año 1900 a su paso por la calle de Rivoli. Los almacenes del Louvre quedan conectados, a través de sus subterráneos, con barrios lejanos de la ciudad (BNF).*



ción, embalaje y desembalaje de la mercancía, como en los grandes almacenes del Louvre, donde se preparan para su envío en 1886 cerca de 8.000 paquetes por día, incluso 12.000 en las épocas de grandes ventas. (fig. 13)

Esta labor, necesitada de todo un ejército de trabajadores, irá sistematizándose y mecanizándose progresivamente, hasta acabar desembocando en una



*Figura 13. Trabajo de empaquetado de mercancías para su envío a domicilio en los sótanos del Louvre (Marrey 1979: 95).*

*Figura 14. Derecha. Tobogán helicoidal de descenso de paquetes en los grandes almacenes Au Bon Marché de París (1909) (Darvillé 1909: 171).*



El sótano es un lugar a través del cual el gran almacén queda vinculado al resto de la ciudad. Nunca se insistirá lo suficiente en la estrecha relación existente a todos los niveles entre la implantación del transporte urbano y los grandes almacenes. Los entornos de las estaciones ferroviarias son lugares de privilegio para la afloración de almacenes, que conectan sus sótanos a través de túneles subterráneos con las terminales de transporte. A nivel empresarial, comercio y transporte llegarán a generar un tandem inseparable, combinándose también con usos terciarios (fig. 12).

organización del trabajo en cadena, que se desarrolla normalmente en un espacio lo más amplio posible, donde poder diferenciar con claridad y rigor las diferentes fases del proceso. La mercancía recibida y la mercancía vendida pasan ambas por un proceso de elaboración secuencial. La mercancía recibida es en primer lugar registrada, envasada o desempaquetada, clasificada o expuesta. La mercancía vendida es facturada, embalada, diferenciada según su destino y enviada:

*Figura 15. Mesa giratoria del servicio de expedición de paquetes. Au Bon Marché de París en 1920 (Marrey 1979: 202).*



“El paquete es lanzado por el tobogán helicoidal más próximo desde el departamento de ventas del que procede el artículo (fig. 14). De ahí va a parar a una mesa giratoria situada en el sótano, donde empleados especializados en la tarea agrupan los paquetes por categorías. (fig. 15) Por el color de la etiqueta se reconoce inmediatamente la caja a la que hay que llevarlo o el distrito al que hay que enviarlo. Cada uno de los empleados recoge de la mesa giratoria un único tipo de paquetes guiándose por estas etiquetas, y lo va echando en una cesta que vienen a recoger otros empleados transportándolas al lugar de carga del vehículo correspondiente a cada distrito o provincia.” (Darvillé 1909: 171).

En los grandes almacenes americanos este proceso se sistematiza aún más si cabe. Si este aspecto concreto de la arquitectura comercial no ofrecía una apariencia suficientemente fabril, con la sustitución de la



Figura 16. Central de empaquetado en los grandes almacenes H. C. Capwell & Co. de Oakland, California, años 40. Todas las rutinas de trabajo del gran almacén se someten a métodos racionales y seriados extraídos del mundo de la fábrica (Parnes 1948: 112).

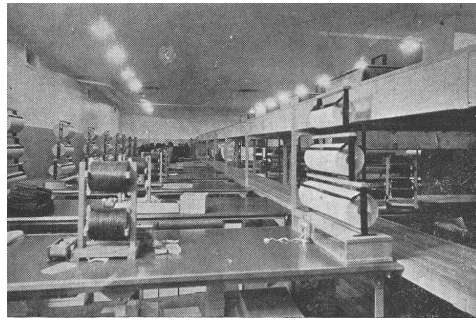
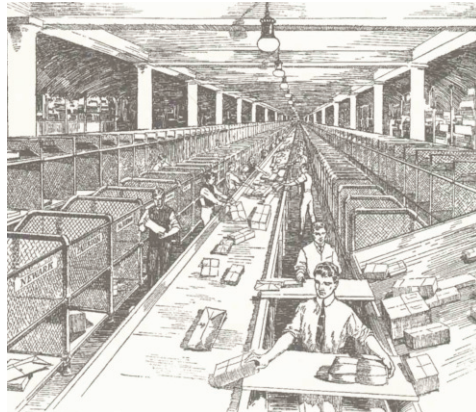


Figura 17. Servicio de expedición de paquetes en los grandes almacenes B. Altman de Nueva York en 1915. El territorio abarcado por los almacenes es mucho mayor, y la cinta transportadora sustituye a la mesa giratoria de los sótanos franceses (Whitaker 2006: 236).



mesa giratoria por la cinta transportadora, o la utilización de estas cintas transportadoras en la central de empaquetado, el sótano del gran almacén es perfectamente confundible con cualquier espacio industrial (figs. 16 y 17).

Además de estas funciones, los sótanos también son el escenario de tareas técnicas relacionadas con máquinas que llegan a ser bastante complejas y voluminosas. El sótano del edificio de los grandes almacenes Au Printemps del arquitecto Paul Sédille, por ejemplo, está claramente inspi-

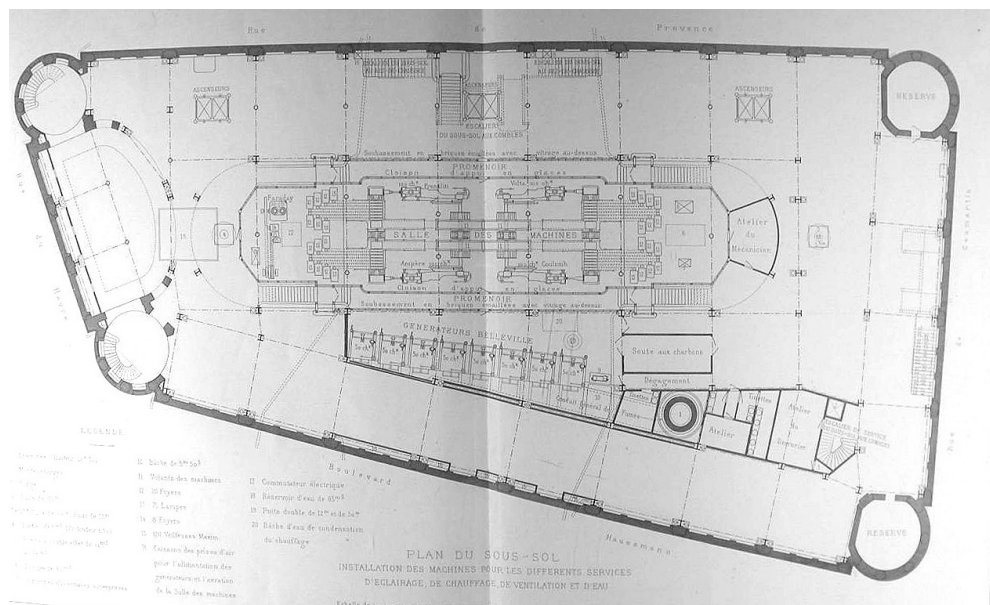
rado en la sala de máquinas. Acoge las instalaciones centrales de iluminación, calefacción, ventilación y suministro de agua del edificio. Es aquí donde más directa se hace esa alusión de Zola a los grandes almacenes como enormes máquinas de vapor (fig. 18).

En la planta podemos ver cómo se aprovecha el espacio alargado bajo el hall central para instalar los monstruosos generadores de luz formados por enormes ruedas que transmiten su rotación a las dinamos. (figs. 19 y 20) La energía la suministran máquinas de vapor -que llegan a producir hasta 2.400 caballos de fuerza-, por lo que es necesario contar con un equipo de maquinistas, -cuya cabina de control se sitúa en uno de los extremos del recinto alargado, sobre su eje, dominando todo el sistema- y un pañol de carbón con su necesario mantenimiento desde el exterior, consumiendo una media de 25 toneladas diarias de carbón. Resulta cuando menos asombroso que maquinarias tan pesadas, produciendo humos y necesitando un suministro continuado de combustible, se instalasen y se pusiesen en funcionamiento bajo la colmena humana, en la que la clientela realizaba sus compras, en pleno centro de la ciudad.

En cualquier caso, la disposición del conjunto está claramente inspirada en las de las locomotoras ferroviarias o navales. Todo despierta aquí la sensación de placer estético reservada para los espacios industriales por la mentalidad y el gusto modernos:

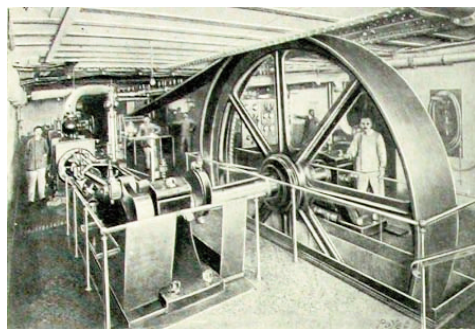
“El reluciente parqué, las barandillas de cobre o de acero pulido en torno a la ma-

Figura 18. Sótanos de los grandes almacenes Printemps (1881, arq.: Paul Sédille) (Encyclopédie 1885: 7).

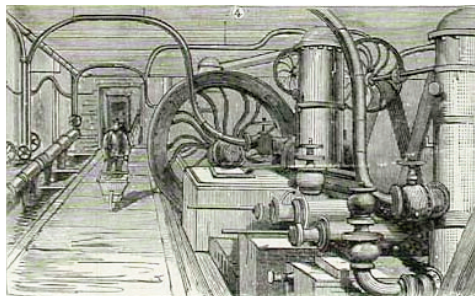




*Figura 19.*  
*Generadores de luz eléctrica en los sótanos de los grandes almacenes Au Printemps (1909)*  
(Darvillé 1909: 167).



*Figura 20.*  
*Maquinaria en los sótanos de la Belle-Jardinière (1878)*  
(Darvillé 1909: 168).



quinaria horizontal, las escaleras de caracol metálicas, las tuberías de diversas dimensiones que corren por techo y paredes, todo ese mundo de accesorios que encontramos en esta fábrica de producción de energía [...] todo da a este lugar la apariencia de una sala parecida a bordo de un navío.” (Darvillé 1909: 167).

#### **Los comedores y la conquista de las zonas más altas del edificio.**

Aparte de estos espacios técnicos subterráneos, existe otra gran familia de dependencias de carácter auxiliar dentro del gran almacén: la de las relacionadas con la manutención del personal. Como empresas de capital relativamente importante, que siguen principios filantrópicos y necesitan de una mano de obra bien formada, los grandes almacenes se preocupan de dar vivienda, alimento, tratamiento sanitario e incluso en algunos casos sustento económico, mediante la creación de cajas de pensiones de jubilación. Estos servicios generan también una arquitectura compleja que es necesario compatibilizar con el molde tipológico de la función comercial. Con respecto a las viviendas de empleados, por ejemplo, ya hemos visto cómo los áticos del nuevo edificio de la Belle Jardinière se destinan expresamente a habitaciones para el personal —concretamente 42- y viviendas para gerentes. Anteriormente, en 1850, Pierre Parissot, fundador de estos grandes almacenes, ya había alquilado un inmenso cuartel de infantería desafectado en el número 36 de la calle Mouffetard, donde pudo alojar 80 trabajadores durante un cierto tiempo. Siete años más tarde

alquilará un terreno en el número 241 de la calle Saint-Jacques y se lanzará a la construcción de dos edificios, uno para talleres y otro de 20 viviendas para trabajadores. Finalmente, en 1859, comprará un solar en los números 117 y 119 de la calle de Montreuil donde construirá 35 pequeñas casas obreras para sus empleados.<sup>4</sup> En el Bon Marché, a principios del siglo XX, se cuenta con habitaciones individuales para trabajadores, tanto en el gran almacén propiamente dicho como en un edificio anexo situado en la calle Masseran. Igualmente sucede en el Louvre, que contaba con un hotel particular para el personal femenino en el muelle de Grands Agustins. Por su parte, en el antiguo edificio de los grandes almacenes Aux Trois Quartiers existieron habitaciones para empleados hasta 1931, año en que se acometen las obras del nuevo inmueble (Da Silveira 1996: 15, 32, 33).

El caso de la Samaritaine es especial por la importancia que se le da a la cuestión. La Fundación Cognacq-Jay llegó a crear una escuela de aprendices en la localidad de Argenteuil, donde se disponía de 50 habitaciones para empleados. En el año 1931, esta fundación construyó también en París otro inmueble en los números 71-73 de la avenida de Italia, con capacidad para 300 familias obreras. Existían también dos edificios de viviendas para los cuadros superiores de la empresa en la calle Notre-Dame-des-Champs, por no hablar del complejo de la calle Baudin, que se fue levantando a partir de 1910 y que llegó a contar con 314 viviendas obreras (Laudet 1933: 126, 130, 138-142).

Pero incluso si el gran edificio no albergaba una zona de uso residencial, las empresas siempre mostraron interés por solucionar el problema de la alimentación de los trabajadores en el interior mismo del almacén, generando inmensos comedores donde se admitían varios turnos de comida y cocinas calificadas más de una vez en los textos de “pantagruélicas” (fig. 21). En 1855, por ejemplo, la del Louvre es “...la cocina industrial en todo su esplendor, la auténtica cocina de una época que utiliza la física incluso en sus cacerolas y la química hasta en sus salsas.” (Saint-Victor 1855: 13) .

En efecto, las enormes ollas a vapor utilizadas en estas cocinas se desplazan mediante un sistema hidráulico y mediante mecanismos de poleas. En 1920, en los grandes almacenes del Bon Marché se da de comer nada menos que a 7.000 personas diariamente divididas en tres turnos y

Figura 21 – Cocinas del Bon Marché en un grabado del siglo XIX (Ydewalle 1966: 57).

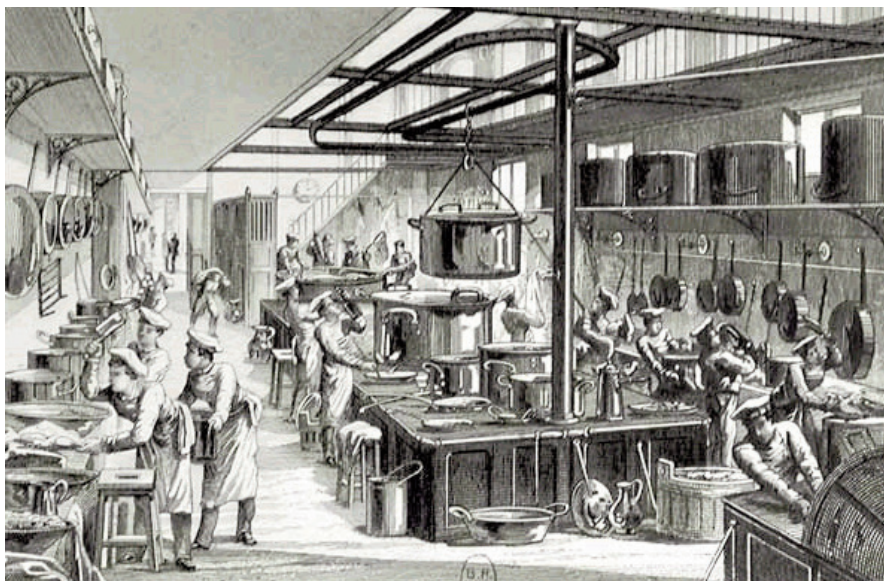


Figura 22. Salón comedor para personal masculino en el Bon Marché a comienzos del siglo XX. Capacidad para 1.000 comensales. Longitud total 95 m (Colección Leveau).



Figura 23. Abajo izquierda. Comedor de empleadas en los grandes almacenes Au Printemps, bajo las cubiertas del edificio de Paul Sédille, a comienzos del siglo XX (Colección Leveau).

Figura 24. Abajo derecha. Comedor de empleados en los grandes almacenes de la Belle Jardinière en la década de 1880 (Faraut 1987: 62).



ocupando cinco salas. Una, de 300 comensales para el personal femenino, otra de 95 metros de largo y 1.000 comensales, para el masculino. Vigilantes y jefes medios comían en una sala aparte para 250 plazas. La dirección también tenía su propia sala de 100 plazas (Bon Marché 1920: 15) (fig. 22).

Tanto cocinas como comedores ocupan lugares del edificio bien iluminados y ventilados, en muchos casos en las zonas altas del mismo. En tanto los sistemas de transporte vertical de la clientela no se han desarrollado suficientemente, estas zonas altas, -tan atractivas más tarde, cuando el problema de la subida sin esfuerzo se haya solucionado-, son espacios residuales del

gran almacén que se aprovechan para estas funciones secundarias, así como para el almacenamiento de reservas. Encontramos entonces casos como el de la Samaritaine, donde existían varios refectorios en la sexta planta del edificio n° 2, junto a los propios espacios de la cocina. También en el edificio de los almacenes Au Printemps, construido por el arquitecto René Binet a partir de 1910, junto a la manzana de Paul Sédille y en la Belle Jardinière de Henri Blondel los comedores se situaban en las buhardillas, lugares que consiguen poco a poco deshacerse de un cierto desprestigio –el del desván, el de la *chambre de bonne*– para convertirse en espacios de gran interés que se asociarán a las terrazas como nuevos lugares nobles a donde es invitada incluso la clientela con el reclamo de las zonas de ocio al aire libre y las vistas privilegiadas de la ciudad (figs. 23 y 24).

### Los talleres de corte de la Belle Jardinière

La Belle Jardinière es, entre los grandes, el único almacén que aloja en el mismo edificio central zonas de venta y talleres de corte. Estos se encuentran en la segunda





Figura 25.  
Talleres de costura de la Belle Jardinière en las plantas altas del propio edificio de grandes almacenes (1878) (*L'Illustration* 1878: 377).



Figura 26. Belle Jardinière en 1878. Fragmentos de planta baja, primera y segunda. (1) entrada y escalera de acceso a viviendas de últimas plantas. (2) patio trasero de luces. (3) espacios destinados a recogida y entrega de encargos por parte de costureras que trabajan para la BJ exteriormente (*L'Illustration* 1878: 374, 375, en original coloreada por autor).



planta del edificio, justo debajo de la gran cristalera que cubre el hall (fig. 25).

El trabajo de montaje de las diferentes piezas del vestido, una vez cortadas en este lugar, lo realizan costureras que trabajan para la empresa desde sus propios domicilios, artesanalmente. Así pues, el gran edificio integra un sistema de espacios para la recogida, la recepción de encargos ya terminados y los talleres de arreglos, retoques y planchado y doblado. La entrada y la salida de trabajadores exteriores se realiza por una calle trasera, y los flujos de obreros y clientela nunca se mezclan (fig. 26).

Figura 27. Talleres de costura de la Belle Jardinière en la calle Didot de París (Faraut 1987: 62).



En 1889 la empresa construye un edificio de talleres en la calle Didot, al sur del barrio de Montparnasse, donde traslada toda la actividad que se desarrollaba antes en la segunda planta del gran almacén. En estos talleres se concentran además algunas unidades de montaje y de retoque de prendas que llevan a cabo costureras a la aguja. Se instala también una máquina de vapor central –no muy diferente de la que se había instalado en los sótanos de la Belle Jardinière para suministrar luz, fuerza y calefacción al edificio– transmitiendo energía a toda una cadena de máquinas de coser (fig. 27).

A pesar de todo, como podemos apreciar en las imágenes 25 y 27, el modelo de espacio de trabajo de la nave de la calle Didot es muy semejante al que existía en el edificio central. Tanto por sus dimensiones como por la manera de ser iluminado. El patrón arquitectónico experimentado en el gran almacén acaba por forjar un tipo específico de arquitectura del trabajo.

#### La circulación de mercancías. Las zonas de carga y descarga

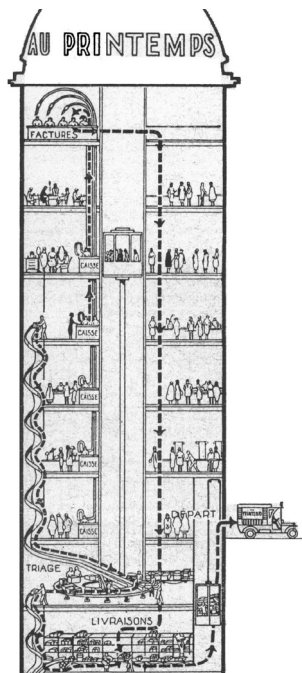
Una vía de acceso a la definición del tipo arquitectónico del gran almacén es la descripción y explicación de los itinerarios de circulación de los diferentes actores que intervienen en el proceso comercial: El cliente, el dependiente, el obrero, la mercancía entrante, la mercancía saliente... En los manuales de proyectación de arquitectura comercial de los años 30 y de la posguerra, el soporte arquitectónico es explicado por la facilidad con la que posibilita este complejo cruce de relaciones y por la maestría con la que lo pone en evidencia (Parnes 1948). De esta manera:

“El gran almacén se transforma en una urna de cristal, donde la estructura queda reducida al mínimo indispensable y todo se sacrifica a la circulación de las multitudes, a la acumulación de mercancías y a su exposición lo más atractiva posible.” (Hautecoeur 1933: 837).

El análisis de la circulación de mercancías, completamente independiente de los otros flujos existentes en el edificio, pone en evidencia los lugares de trabajo del gran almacén no relacionados directamente con la función de la venta propiamente dicha. Estos flujos de circulación de objetos y los dispositivos que los posibilitan constituyen un sistema no menos importante que los sistemas de circulación de personas (fig. 28). Según Michael B. Miller, el gran especialista en los almacenes Au



Figura 28. Esquema de circulación de mercancías y facturas en los grandes almacenes de Printemps hacia 1930 (Printania 1965: 18).



Derecha arriba.  
Figura 30. Coches de reparto de los grandes almacenes del Louvre, en la calle de Rivoli a comienzos del siglo XX (Zimmermann 1994, 45).



Derecha abajo.  
Figura 31 – Muelles de los grandes almacenes Au Bon Marché de París, fachada que da a calle Velpeau 1965 (Ydewalle 1965, 63).



Bon Marché de París, es la organización en red la que permite el buen funcionamiento del conjunto:

“Repartiendo tareas entre los diferentes sectores y estableciendo más tarde, de manera sistemática, vinculaciones entre ellos, mediante una red de actividades fuertemente imbricadas, podía el gran almacén programar la circulación rápida y regular de la mercancía y de los documentos administrativos, ofreciendo la gran cantidad de servicios que la clientela le pedía.” (Miller 1981: 56).

Las entregas a domicilio cobran tanta importancia que en la mayoría de los casos todo un lado del edificio se dedica a la expedición de mercancías, creandose un muelle de salida de vehículos con conexión

forzosa a una vía importante. El edificio principal de la Samaritaine despliega su fachada de servicio a la calle de l’Arbre sec (fig. 29). En el Louvre es la calle de Rivoli. (fig. 30) En el Au Bon Marché, la calle Velpeau (fig. 31).

Los grandes almacenes Harrods de Londres desarrollan un esquema algo diferente a los de estos tres ejemplos parisinos. El edificio actual de fachada de terracota, obra del arquitecto Charles William Stephens encargada por Richard Burbidge, director de los almacenes, en 1901 y terminada en 1905, presenta mayor regularidad unificadora al exterior que al interior. Espacialmente, cada departamento tiene su propio centro, pero no existe un hall central entregado al universo de la clientela, como es más o menos la norma en otros grandes almacenes de la misma época. Si este edificio tiene un centro desde el punto de vista espacial, no es un hall de ventas, sino un patio de operaciones donde se encuentran los muelles de carga y descarga y en torno al cual se abre todo el abanico de departamentos (fig. 32).

Aunque ese patio no ocupa el centro geométrico de la planta, no puede negarse que funciona como un núcleo federador de los diferentes departamentos de los que se compone el organismo. Por una vez esa función federadora no corre por cuenta de escenarios nobles, sino de bastidores de servicio. Este protagonismo indirecto de los espacios de trabajo, -perceptible al menos en la planta-, podría ponerse en paralelo con la monumentalidad de las ofi-

Figura 29. La Samaritaine en 1925, antes de la ampliación realizada en los muelles del Louvre. Calle de l’Arbre sec (Perrot 1925, 27).





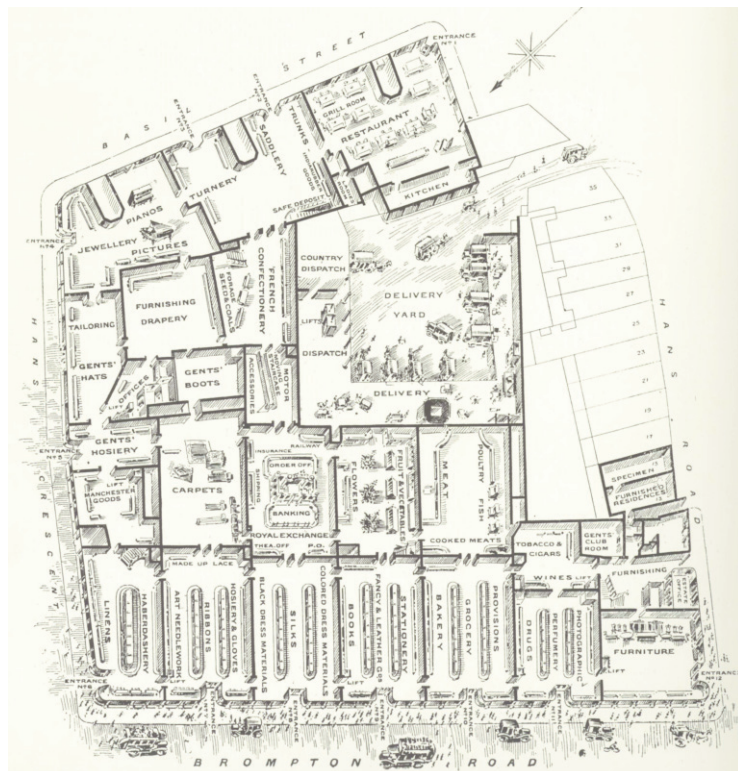


Figura 32. Planta baja almacenes Harrods, Londres, 1909. Espacios de carga y descarga no se articulan sobre muelle lineal dando a calle, sino en patio interior en torno al cual gira el edificio (Dale 1995, 90).

cinas de correos que hemos visto en los almacenes Crespin-Dufayel. Es igualmente interesante observar que la fachada a la calle Velpeau del enorme edificio proyectado por Louis-Charles Boileau y por Gustave Eiffel para los grandes almacenes Au Bon Marché (fig. 31), posee una ornamentación algo más recargada que la que da a la calle de Sévres, que es la más noble. En general, muchos de los espacios o detalles técnicos de los primeros grandes almacenes –sobre todo los que pueden estar más a la vista–, reciben el mismo –y a veces mejor– tratamiento ornamental y espacial que los más nobles. La fachada más técnica del Bon Marché, la que se expresa más contundentemente en términos de serie, acogiendo vehículos como si se tratase del muelle de descarga de unos almacenes industriales, es precisamente la fachada más representativa del edificio, por el hecho de dar sobre el gran espacio

despejado de la plaza Boucicaut que se extiende delante. De esta forma, la que suele ser fachada trasera del edificio, la fachada-muelle, se convierte en fachada principal del mismo, lo que se refleja en la mayor complejidad de su ornamentación. Lo primero que vemos del edificio, al acercarnos a él, es el trasiego de vehículos de reparto, espectáculo que no se esconde. En Harrods, un gran almacén sin hall central de ventas, el centro es ocupado por un patio de carga y descarga. En ambos casos, Au Bon Marché y Harrods, la situación de los muelles para vehículos de reparto no se produce en zonas residuales, sino en zonas privilegiadas del edificio.

En todos los grandes almacenes clásicos de peso, la flota de vehículos de reparto cumple naturalmente una función publicitaria de primera magnitud. Esa flota es siempre un activo que hay que poner en primer plano. De ahí la clásica fotografía correspondiente, casi universalmente disponible para todas las grandes firmas, donde se pretende incorporar al glamour propio de la escena comercial un elemento de naturaleza funcional como el vehículo de reparto (figs. 33 y 34).

Tengamos en cuenta que los vehículos de reparto de los grandes almacenes se cuentan entre los primeros vehículos motorizados que rodaron habitualmente por las calles de las grandes ciudades, por lo que no tiene nada de extraño que sean considerados símbolos de modernidad (fig. 35).

En un párrafo de Ardengo Soffici de 1914 describiendo la pintura de Chirico, se identifica lo industrial mediante tres elementos: el tren, la fábrica y el camión de los grandes almacenes.<sup>5</sup> Los tres humean-tes actores se hacen destacar, como casi siempre sucede en los cuadros de Chirico, sobre un fondo que representa la ciudad del pasado, con sus «arcadas y monumentos». Incluyendo el camión de los grandes almacenes junto a dos elementos indiscutiblemente pertenecientes a la esfera de lo

Figura 33. Vehículos, almacenes Selfridges, Londres, 1909, tirados por caballos y motorizados (Honeycombe 1984: 198, 199).

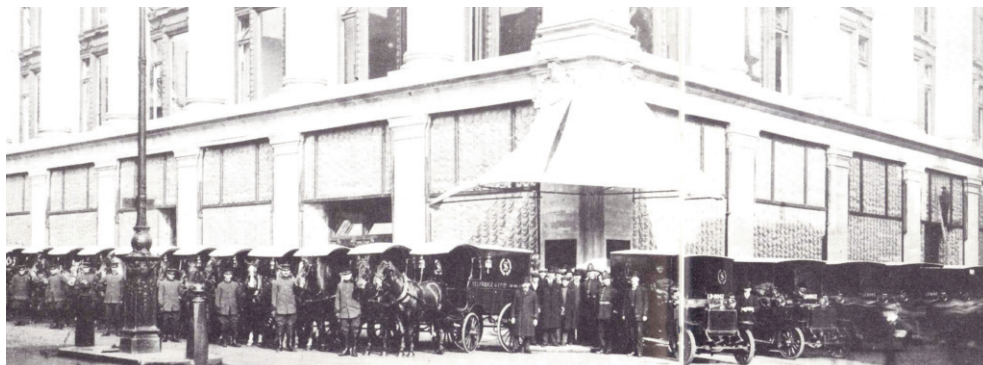




Figura 34. Vehículos almacenes Au Printemps, París, boulevard Haussmann, principios siglo XX (Printania 1965: 20).



industrial, el crítico italiano está contemplando las dos caras, la industria y el comercio, de un gran fenómeno que caracteriza lo moderno. El mensaje es que no es posible entender una revolución industrial sin su revolución comercial correspondiente.

Si la fábrica es el lugar originario de nacimiento de la mercancía, si el tren y la estación contribuyen al reparto de la misma allá donde ésta se consume, será necesario acabar de entender este proceso incluyendo en él los centros de distribución a los que llega la mercancía y en los que termina de ser transformada para proceder a su venta y expedición en esos camiones de reparto de los grandes almacenes. Estos centros de distribución presentan una complejidad, como hemos visto, derivada de su doble filiación. El palacio de ensueño, el que con mayor asiduidad ha sido

estudiado, esconde sin embargo espacios fabriles entre sus intersticios. Se da la circunstancia de que, en origen, estos espacios del trabajo son entendidos desde la nobleza, como espacios aprovechables para el espectáculo del incipiente consumismo. Con grados de monumentalidad y de amplitud de un nivel muy parecido a los de las zonas consideradas palaciegas. Posteriormente las superficies dedicadas a la venta exigen más y más y estas zonas secundarias quedan reducidas al mínimo. Ahora bien, esto no significa que el trabajo propiamente dicho haya desaparecido, sino que se ejerce en ámbitos de menor valor arquitectónico y posiblemente de menor comodidad para el trabajador.

Figura 35. Vehículo de reparto de los almacenes Trewin bros. en Watford (1914) (Adburgham 1964: 256).



## Notas

1. Para un análisis más general de la tipología arquitectónica de los grandes almacenes clásicos Cfr. Serrano, 2006, donde se abordan cuestiones espaciales y constructivas sobre los ejemplos estudiados en la ciudad de París. En el presente artículo solo se analizarán los grandes almacenes clásicos desde el enfoque de la arquitectura y los espacios del trabajo.
2. La metáfora de la colmena en la arquitectura ha sido analizada brillantemente por Juan Antonio Ramírez (Ramírez, 1998).
3. Cfr. Lejeune 1984. Se trata de las sobrecogedoras memorias de un humilde dependiente de grandes almacenes durante la segunda mitad del siglo XIX. El texto describe la dureza del trabajo así como el contexto espacial de los establecimientos por los que pasó su autor.
4. Faraut 1987: 59. Faraut extrae estos datos del inventario dejado por Parissot tras su muerte.
5. «La pintura de Chirico es una transcripción de sueños, que expresa como nadie lo había hecho antes la melancolía del atardecer en una vieja ciudad italiana, donde, al fondo de una plaza desierta, más allá de escenarios con palcos, arcadas y monumentos del pasado, se mueve un tren humeante, se detiene el camión de un gran almacén o humea una chimenea muy alta en un cielo sin nubes.» (Trad. del autor). Exposición



"Italia Nova, une aventure de l'art italien 1900-1950", en el Grand Palais de París, año 2006.

## Bibliografía

- Rey, Alain (dir.). 1992. *Dictionnaire Historique de la Langue Française*, París, Le Robert.
- Adburgham, Alison. 1964. *Shops and Shopping 1800-1914*, Londres, Allen and Unwin.
- Cognacq, Gabriel. 1933. Causerie sur les grands magasins. *L'écho des Roches*, n° de verano: 22-23
- Dale, Tim. 1995. *Harrods a Palace in Knightsbridge*, Londres, Brompton Press.
- Darvillé, Will. 1909. Les coulisses des grands magasins. *La Nature*: 42-45
- Da Silveira, Piedade. 1996. *Aux Trois Quartiers*, París, Caisse de Retraite des Entreprises à Commerce Multiple.
- Faraut, François. 1987. *Histoire de la Belle Jardinière*, París, Belin.
- Giedion, Siegfried. 1928. *Bauen in Frankreich Eisen Eisenbeton*. (Utilizada la versión en francés: 2000. *Construire en France, construire en fer, construire en béton*, París, La Villette).
- Hautecoeur, Louis. 1933. De l'échoppe aux grands magasins. *La Revue de Paris*: 56-62
- Honeycombe, Gordon. 1984. *Selfridges. Seventy-Five Years. The Story of the Store. 1909-1984*, Londres, Selfridges Ltd.
- Jarry, Paul. 1948. *Les magasins de nouveautés. Histoire rétrospective et anecdotique*, París, A. Barry.
- Juillard, Béatrice. 1997. *Les magasins de nouveautés à Paris, de 1810 au début du XXe siècle*, Lille, Tesis doctoral dirigida por Alain Plessis.
- Laudet, Fernand. 1933. *La Samaritaine*, París, Dunod.
- Lejeune, Xavier-Edouard. 1984. *Calicot. Enquête de Michel et Philippe Lejeune*, París, Montalba.
- Mac Orlan, Pierre. 1931. *Le Printemps*, París, Gallimard.
- Marrey, Bernard. 1979. *Les grands magasins des origines à 1939*, París, Picard.
- Miller, Michael B. 1981. *The Bon Marché. Bourgeois Culture and the Department Store, 1869-1920*, Princeton, Princeton U.P.
- Normand, Gilles. 1920. *Les entreprises modernes. Le grand commerce de détail*, París, Perrin.
- Parnes, Louis. 1948. *Planning Stores that pay*, s/l, F.W. Dodge Corp.
- Perrot, Victor. 1925, enero. *Démolition des immeubles sis entre le quai du Louvre, la rue de la Monnaie, la rue des Prêtres-Saint-Germain-L'Auxerrois et la place de l'Ecole, et projets d'aménagement des agrandissements de la Samaritaine, Rapport de la Commission du Vieux-Paris*. (Fondos de la Biblioteca Histórica de la Ciudad de París, BHVP).
- Ramírez, Juan Antonio RAMÍREZ. 1998. *La metáfora de la colmena: De Gaudí a Le Corbusier*, Madrid, Siruela.
- S/A. 1878. Les grands magasins de la Belle Jardinière. *L'Illustration*, 8 junio: 373-378
- S/A. 1881. L'incendie des magasins du Printemps. *L'Illustration*, 1° semestre: 212-215
- S/A. 1885. La reconstruction des grands magasins du Printemps en 1881. *Revue d'Encyclopédie d'Architecture*: 1-6
- S/A. 1997, diciembre. *Revue de l'Habitat Français*, n° 418: 12-16
- S/A. 1920. *Une visite aux magasins du Bon Marché*, Tours, Mame.
- Saint-Victor, Paul. 1855. Le Louvre. La Presse, 15 octubre: 8
- Serrano Sáseta, Rafael. 2006. La création d'un type architectural : Les grands magasins parisiens (1844-1930). Lille, ANRT
- Sheldon, Lurana W. 1900. *For Gold or Soul? The Story of a Great Department Store*, (Utilizada la edición de 2004, Indypublish).
- VV.AA. 1965. *Printania. Cent ans de jeunesse*, *Revue*

*du personnel des entreprises du groupe Printemps*, París, (Fondos de la Biblioteca Histórica de la Ciudad de París, BHVP)

Vauthier, P. 1873. Maison de la Belle Jardinière. *Revue Générale de l'Architecture et des Travaux Publics*, París: 11-17.

Veblen, Thorstein. 1899. *The theory of the leisure class*, New York, Macmillan Company, (Utilizada la edición en francés. 1970, *Théorie de la classe du loisir*, París, Gallimard).

Whitaker, Jan. 2006. *How the American Department Store Fashioned the Middle Class*, Nueva York, St. Martin's Press.

d'Ydewalle, Charles. 1965. *Au Bon Marché, de la boutique au grand magasin*, París, Plon.

Zimmermann, Jacqueline y Roger. 1994. *M. Chauchard des grands magasins du Louvre. Contribution à l'étude des grands magasins parisiens et à l'histoire de leurs fondateurs*, París, Trabajo de investigación no publicado (Fondos de la Biblioteca Histórica de la Ciudad de París, BHVP).

Zola, Emilio. 1882. *Au Bonheur des Dames*, París, Lacroix (Utilizada la edición de 1971, París, Flammarion).

Artículo sometido a  
revisión por dos revisores independientes  
por el método doble  
ciego.