



La modernización comercial del área central de Mendoza en la década de 1950 y su legado arquitectónico

A modernização comercial da área central de Mendoza na década de 1950 e seu legado arquitetônico

E2_01 Las sociedades urbanas en la década de 1950: población, producción de la ciudad y política.

Carlos L. Sala

FAAyU, Universidad de Congreso, Argentina
salac@profesores.ucongreso.edu.ar

Resumen: El proceso modernizador que experimentó la Argentina desde finales del siglo XIX se caracterizó por una democratización cada vez mayor del consumo que fue abarcando progresivamente a la clase media y los sectores populares a lo largo de la primera mitad del siglo XX. Nuevas tipologías arquitectónicas fueron el marco necesario para el desarrollo del comercio masivo.

Durante la década del cincuenta se construyeron en Mendoza los mayores edificios de grandes tiendas con que contó la ciudad. Esta gran expansión del comercio minorista se debió no solo al aumento de la población en general y a la creciente demanda de una masa de consumidores provenientes de la clase obrera, sino también a un proceso ascendente de concentración y modernización comercial. A fines de los años cincuenta y principios de los sesenta, se produjo en Mendoza un verdadero auge en la construcción de galerías comerciales. Este fenómeno de densificación comercial en el centro de la ciudad se dio asociado a la construcción de edificios en altura. A su vez, esto coincidió con la instalación de los primeros supermercados, adoptados de las experiencias norteamericanas. Comenzó así una competencia entre distintas tipologías y modalidades comerciales en un centro urbano que continuaba recorriendo el camino de la modernización.

Como consecuencia de la evolución económica de la Argentina y del proceso de estancamiento del área central de la ciudad hacia fines del siglo XX, las grandes tiendas cerraron y sus edificios perdieron su uso original, y la mayoría de las galerías comerciales entró en una etapa de decadencia. Este trabajo analiza las características y rescata los valores patrimoniales de los ejemplos más destacados de la producción

arquitectónica vinculada al comercio generada en la década del cincuenta, no siempre apreciada por la sociedad y los propios arquitectos, con el objetivo de asegurar su conservación.

Palabras-clave: arquitectura comercial, gran tienda, galería comercial, supermercado, centro urbano.

Resumo: *O processo de modernização vivido pela Argentina desde o final do século XIX caracterizou-se por uma crescente democratização do consumo, que passou a abranger progressivamente a classe média e os setores populares ao longo da primeira metade do século XX. Novas tipologias arquitetônicas constituíram o marco necessário para o desenvolvimento do comércio de massa.*

Durante a década de 1950, foram construídos em Mendoza os maiores edifícios de lojas de departamentos já existentes na cidade. Essa expressiva expansão do comércio varejista deveu-se não apenas ao crescimento da população em geral e ao aumento da demanda de uma massa de consumidores oriundos da classe trabalhadora, mas também a um processo ascendente de concentração e modernização comercial. No final dos anos 1950 e início dos anos 1960, ocorreu em Mendoza um verdadeiro auge na construção de galerias comerciais. Esse fenômeno de densificação comercial no centro da cidade esteve associado à construção de edifícios em altura. Por sua vez, isso coincidiu com a instalação dos primeiros supermercados, adotados a partir de experiências norte-americanas. Iniciou-se, assim, uma competição entre diferentes tipologias e modalidades comerciais em um centro urbano que continuava a percorrer o caminho da modernização.

Como consequência da evolução econômica da Argentina e do processo de estagnação da área central da cidade a partir do final do século XX, as grandes lojas fecharam e seus edifícios perderam o uso original, e a maioria das galerias comerciais entrou em uma fase de decadência. Este trabalho analisa as características e resgata os valores patrimoniais dos exemplos mais destacados da produção arquitetônica vinculada ao comércio gerada na década de 1950, nem sempre valorizada pela sociedade e pelos próprios arquitetos, com o objetivo de assegurar sua conservação.

Palavras-chave: Arquitetura comercial, loja de departamentos, galeria comercial, supermercado, centro urbano.

Introducción

A mediados del siglo XX, la arquitectura comercial de Mendoza atravesó un período de modernización que acompañó los cambios económicos y sociales de la ciudad. Dos tipologías se destacaron por su impacto arquitectónico y urbano: las grandes tiendas¹ y las galerías comerciales. Mientras las primeras alcanzaban el punto culminante de un proceso iniciado en las primeras décadas del siglo, las segundas irrumpían con fuerza como una modalidad alternativa de ocupación y densificación del tejido central de la ciudad. El análisis se concentra en estas dos formas de arquitectura comercial por su escala, visibilidad y capacidad de articular transformaciones comerciales, arquitectónicas y urbanas más amplias. Quedan fuera de este estudio los mercados tradicionales –que no registraron innovaciones relevantes en este período– y los locales comerciales individuales –entre los que se encontraban algunos ejemplos destacados, pero sin alcanzar la importancia de las dos tipologías que trataremos–. Hacia 1960 se advierte, además, la aparición incipiente de los supermercados, tipología que anticipa un nuevo ciclo en la historia del comercio minorista local.

Para comprender el significado y la relevancia de estas arquitecturas resulta necesario situarlas dentro del contexto urbano e histórico de la ciudad, así como en relación con los procesos de modernización que afectaron a Mendoza a lo largo de la primera mitad del siglo XX.

La configuración urbana de Mendoza es el resultado de una serie de hechos históricos que moldearon su fisonomía. Fundada en 1561, la ciudad experimentó una transformación radical tras el terremoto de 1861 que llevó a redefinir su trazado y desplazar el núcleo principal hacia el sudoeste –la denominada “ciudad nueva”–. Sin embargo, el asentamiento previo –la “ciudad vieja”–, continuó habitado y el límite entre ambos –la actual avenida San Martín– se consolidó como el principal corredor comercial. Este eje adquirió un papel estructurante en la vida urbana de Mendoza, concentrando las actividades económicas y convirtiéndose en el soporte de las principales intervenciones edilicias vinculadas al comercio (ROVIRA, 1957, p. 64). Esa centralidad se vería reforzada a mediados del siglo XX.

Desde fines del siglo XIX, la ciudad experimentó un proceso de modernización impulsado por la llegada del ferrocarril, la inmigración y el desarrollo de la industria vitivinícola. La instalación de la estación ferroviaria al oeste del casco urbano en 1885 convirtió a la avenida Las Heras –que conectaba la estación con la calle San Martín– en una arteria comercial de importancia creciente, con un rol complementario al de esa avenida. Los cambios no solo redefinieron la estructura urbana de la ciudad post-terremoto, sino que sentaron las bases para la concentración de actividades comerciales en el área central, situación que sería determinante para el desarrollo posterior de las grandes tiendas y galerías.

Durante la primera mitad del siglo XX, Mendoza tuvo un importante crecimiento demográfico que produjo un impacto directo en su dinámica económica. Los datos censales muestran que el departamento de Capital pasó de 28.602 habitantes en 1895 a 97.496 en 1947. Pero para entonces ya se había conformado un área metropolitana que abarcaba los departamentos vecinos y que alcanzaba los 224.419 habitantes. Durante la década del cincuenta, el Gran Mendoza continuó creciendo hasta alcanzar los 330.727 habitantes según el censo de 1960.² Mendoza se

¹ Utilizamos la expresión “gran tienda” como equivalente de “gran almacén” o “tienda por departamentos”.

² En la actualidad, el área metropolitana ha superado el millón de habitantes (Censo 2022).

transformó a un ritmo acelerado. El incremento poblacional fue acompañado por una expansión sustancial de la economía y por transformaciones en los hábitos de consumo.

Consecuencia, o parte, del proceso modernizador fue la conformación en la Argentina hacia finales del siglo XIX y principios del XX de una sociedad de consumo (ROCCHI, 1998, p. 534). Durante la primera mitad del siglo XX, y a pesar de las crisis periódicas, este fenómeno continuó en ascenso, no solo por el constante aumento de la población, sino por una democratización cada vez mayor del consumo, que fue abarcando progresivamente a la clase media y a los sectores populares. Hacia la mitad del siglo, durante el gobierno peronista, se produjo una nueva expansión del comercio minorista para satisfacer la creciente demanda de una masa de consumidores provenientes de la clase obrera (MILANESIO, 2014, p. 51). En este marco, las grandes casas comerciales se consolidaron como espacios clave para la difusión de nuevas prácticas de compra, asociadas a un consumo masivo.

Esa evolución puede seguirse en la edificación comercial de Mendoza, tanto en la cantidad de edificios comerciales como en su calidad y superficie. El primer edificio destacado de una gran tienda –realmente digna de ese nombre– fue el que ocupó Gath y Chaves en la esquina noreste de San Martín y Buenos Aires a partir de 1912. En la década del veinte se produjo una mejora sustancial en el equipamiento comercial de la ciudad con la construcción del edificio de El Guipur, en la esquina suroeste de San Martín y Gutiérrez,³ la ampliación y remodelación del edificio de Gath y Chaves, y la construcción del Pasaje San Martín, en la esquina de San Martín y Sarmiento. La crisis del treinta frenó momentáneamente ese gran impulso comercial, pero no impidió a que a principios de esa década se inaugurara el edificio de A la Ciudad de Buenos Aires, en la esquina sureste de San Martín y Buenos Aires. Como se puede observar, todas estas obras se ubicaron a lo largo de la avenida San Martín, reforzando el carácter lineal del centro comercial. De características más modestas, también se instaló en la calle San Martín la sucursal mendocina de Casa Arteta (Figura 1).



Figura 01: Ubicación de las principales grandes tiendas y galerías comerciales durante las décadas de 1930 y 1940.
Fuente: Elaboración propia, noviembre de 2025.

³ Este edificio, inaugurado en 1921, continuó ampliándose a lo largo de la década del veinte sobre calle Gutiérrez.

Esa era la situación a mediados de la década del treinta y así se mantuvo hasta 1950. El Pasaje San Martín fue realmente único en su género en la ciudad de Mendoza durante tres décadas.⁴ En cuanto a las grandes tiendas, se mencionan aquí solo las cuatro más importantes, aunque hubo otras de menor envergadura. Dos de ellas tenían casa central en Buenos Aires: Gath & Chaves y Casa Arteta, dos habían sido fundadas en Mendoza: El Guipur y A la Ciudad de Buenos Aires. A su vez, estas habían abierto sucursales en otras ciudades argentinas: Salta, Paraná, Corrientes y Santa Fe, en el caso de El Guipur; Córdoba, en el caso de A la Ciudad de Buenos Aires.

A lo largo de la primera mitad del siglo XX, la actividad comercial había tendido a concentrarse en grandes casas de comercio, la mayoría de las veces fundadas por inmigrantes. En general habían tenido un inicio más bien modesto y habían ido ampliando sus operaciones e instalaciones progresivamente. Con el correr del tiempo, tendieron a convertirse en empresas familiares y en sociedades, en la medida que incorporaban otros miembros de la familia o antiguos gerentes. A mediados de siglo, El Guipur –fundada por José María Diez– operaba como Diez Hnos. y Cía. S.R.L., A la Ciudad de Buenos Aires –fundada por Vicente Granata–, como Granata y Borrás, y Casa Arteta –fundada por Ramón Arteta– como Arteta, Álvarez y Cía. S.R.L. Gath y Chaves –fundada por Alfredo Gath y Lorenzo Chaves– había sido comprada en la década del veinte por la firma inglesa Harrod's.

El apogeo de las grandes tiendas

Hacia fines de la década del cuarenta y principios de los cincuenta, la política económica y social del gobierno peronista alentó una fuerte expansión del mercado interno y una redistribución del ingreso (BELINI; KOROL, 2012, p. 115). Esto estimuló la inclusión de los sectores populares al movimiento comercial de las grandes tiendas. Si bien las políticas de expansión del consumo aplicadas por el peronismo apuntaban de manera directa a estos sectores, también favorecieron en alguna medida el consumo de los sectores medios y altos, principales clientes de El Guipur y Gath & Chaves. En ese contexto, las grandes tiendas alcanzaron su apogeo en Mendoza, tanto por el volumen de ventas como por las características de sus edificios.

Las grandes tiendas construidas en Mendoza durante la primera mitad del siglo XX respondieron a criterios arquitectónicos que privilegiaban la funcionalidad y la flexibilidad espacial. La adopción de estructuras de hormigón armado permitió el desarrollo de plantas libres, adecuadas para la exhibición de mercaderías y para la reorganización periódica de los espacios de venta. Durante la década de 1950, estas características se profundizaron mediante el aumento de las luces estructurales. Además, se produjo la incorporación de mejoras técnicas en climatización y servicios, y una progresiva depuración formal. Las fachadas tendieron a simplificarse, eliminando el uso de ornamentos y explorando distintas estrategias de transparencia, en sintonía con debates contemporáneos de la arquitectura comercial internacional (SERRANO SÁSETA, 2014).

En 1950, Arteta –tienda dedicada a la venta de indumentaria, zapatos, mercería, textiles para el hogar y tejidos, de precios más económicos que los demás grandes almacenes– inauguró su moderno edificio en la Avenida Las Heras, la otra gran arteria comercial de la ciudad, en la esquina suroeste con calle 9 de Julio. La empresa constructora fue Petersen, Thiele y Cruz. La

⁴ Existió un antecedente en el siglo XIX: el Pasaje Sotomayor, que fue destruido por el sismo de 1861 en el momento en que finalizaba su construcción (CIRVINI, 1989, P. 44).

ubicación en esquina seguía siendo la predilecta, tanto por su mayor visibilidad urbana como por poseer frentes de vidrieras hacia dos calles, lo cual –literalmente– duplicaba su longitud. En el caso de Arteta son casi cien metros lineales si se suma la longitud de vidrieras sobre calle Las Heras y sobre calle 9 de Julio. Este edificio llevó al máximo de sus posibilidades la utilización de grandes paños vidriados, con una fachada completamente transparente tanto para la vidriera en planta baja como para el salón de planta alta.

La planta baja y el primer piso ocupan toda la superficie del terreno. Lo que sumado a un pequeño sótano y un pequeño entrepiso, da un total de cuatro mil quinientos metros cuadrados dedicados a la actividad comercial –con sus respectivos servicios–. El segundo piso, que ocupa sólo las franjas frontales hacia las dos calles, se destinó a oficinas, con acceso independiente desde el extremo oeste de Las Heras. Ese nivel presenta ventanas cuadradas que perforan un extenso paño ciego que hace las veces de remate del edificio. El interior comercial resulta tan diáfano como la fachada, ya que la grilla de columnas se encuentra conformada por amplias luces y tanto las circulaciones verticales –escalera y ascensor– como los sanitarios y oficinas se encuentran alineados junto al muro lateral sur, de manera que se dispone de dos amplios salones de cincuenta por cuarenta metros con muy buena iluminación natural.

Con proyecto del ingeniero Edmundo Romero, realizado en 1949, El Guipur inauguró en 1952 una nueva ampliación de su edificio ubicado en San Martín y Gutiérrez. Las obras fueron ejecutadas por la empresa constructora Miguel Rosso e Hijos. Con la adición de un tercer nivel sobre la estructura existente y sus seis mil metros cuadrados totales se convirtió en la mayor tienda de la ciudad. Se llevó a cabo una reforma total de su fachada. Se abandonó el estilo ecléctico y adornado que el edificio había tenido en las décadas anteriores y se lo llevó a un lenguaje más despojado de ornamento pero de aspecto clasicista, al marcarse pilastras y entablamento, con un contundente ático sobre la cornisa que disimulaba la cubierta metálica inclinada del último nivel. Dentro de las obras de remodelación, se ensancharon los ventanales del primer piso –dimensión que se repitió en el nuevo nivel superior– y se modernizaron las vidrieras, sobre las que se ubicó una marquesina de hormigón armado continua en ambos frentes, con resalte en la ochava.

La escalera y el ascensor, que habían quedado en una posición relativamente central dentro del local con motivo de los sucesivos ensanches del edificio sobre calle Gutiérrez durante la década del veinte, fueron reemplazados por un nuevo núcleo de circulación vertical ubicado contra el muro lateral sur. De esta manera se liberaba la planta para una exposición más funcional de los productos de las distintas secciones de la tienda, que abarcaban indumentaria, tejidos, bazar y menaje, juguetes, comestibles y bebidas, muebles y electrodomésticos, entre otros.

Frente a El Guipur, en la esquina opuesta de San Martín y Gutiérrez, se inauguró en 1956 el nuevo edificio de Gath y Chaves,⁵ proyectado por el estudio de los arquitectos Sidney Follett y Ricardo Follett, y construido por la empresa Crocco (Figura 2). Fue el último edificio de grandes tiendas construido en Mendoza. Constaba de subsuelo, planta baja y dos pisos superiores, con una superficie total de cinco mil metros cuadrados.

En el interior del edificio, se repitió el esquema de planta libre característico de las grandes tiendas construidas en Mendoza. Esta vez, con una fila central de columnas de un metro de diámetro con luces de seis metros en sentido norte-sur y once metros en sentido este-oeste,

⁵ Gath y Chaves contaba a mediados de siglo con veintiún locales en todo el país.

dimensiones que sobrepasaban ampliamente las de las construcciones anteriores –a excepción de Casa Arteta, en donde se manejaron luces similares– y daban una notable amplitud a los salones de venta. Las circulaciones verticales (montacargas, escalera y dos amplios ascensores) y los sanitarios se ubicaron recostados sobre el muro oeste (Figura 3). Toda una serie de adelantos técnicos se incorporaron en la nueva sucursal, como modernos sistemas de calefacción y refrigeración de aire. Se introdujo una novedad funcional con la incorporación en el subsuelo de una nueva sección denominada “departamento económico”, con sistema *self-service* y mercadería de precios más accesibles, a imitación de las tiendas departamentales norteamericanas. En el subsuelo también se encontraba el equipamiento para las instalaciones del edificio, que incluía una sub-usina transformadora propia, la caldera, el tanque de combustible y un horno incinerador de residuos, entre otros. Con acceso directo desde la calle Gutiérrez, en el borde oeste del edificio, se encontraba un espacio que permitía el ingreso de camiones para la recepción de mercaderías y la expedición de entregas a domicilio.

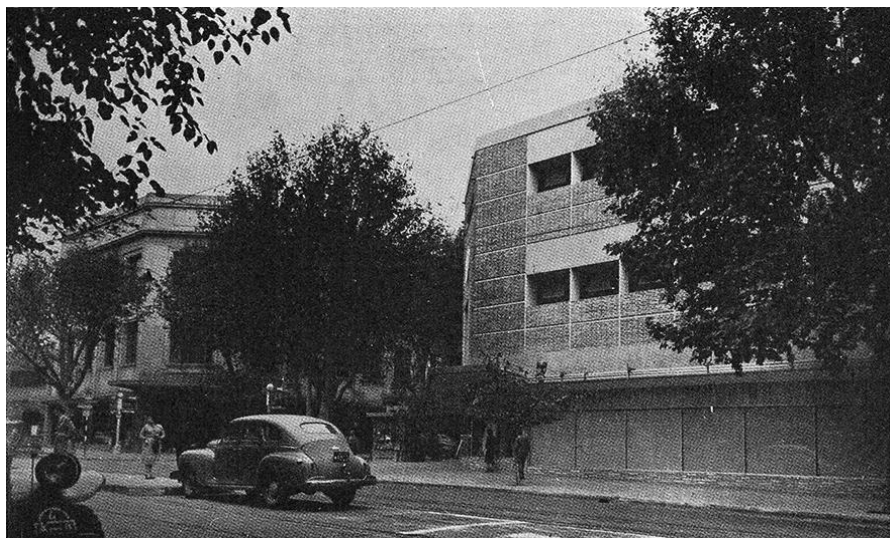


Figura 02: Edificios de El Guipur (izq.) y Gath & Chaves (der.), Av. San Martín y Gutiérrez, 1957.

Fuente: ROVIRA, 1957.

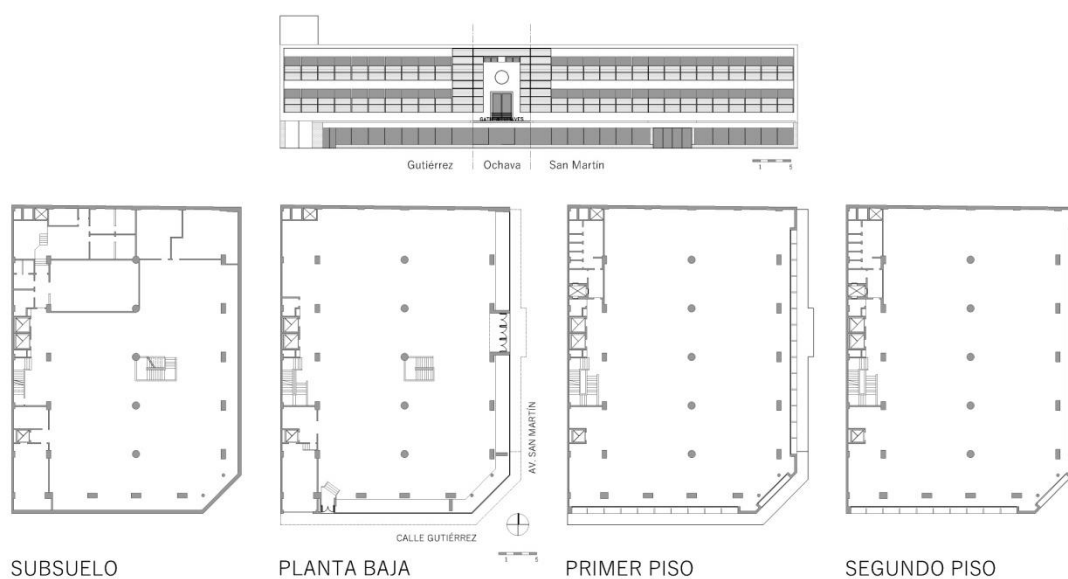


Figura 03: Vistas y plantas del edificio de Gath & Chaves, Av. San Martín y Gutiérrez.

Fuente: Elaboración propia (dibujó Martín L. Fernández), noviembre de 2025.

Los 54 departamentos en los que estaba organizada la tienda se agruparon de la siguiente manera. Segundo piso: alfombras; artefactos para el hogar; artículos de viaje; bazar y menaje; artículos sanitarios; tapicería y mantelería; muebles del hogar; camas y colchones; ropa de cama, toallas y sábanas; golosinas y fiambres. Primer piso: confecciones y artículos para niñas y niños; confecciones para damas; Lencería para damas; fajas y corsés, batones; impermeables, tapados y pieles; sombreros para damas; prendas tejidas; calzados para damas, niñas y niños; delantales y uniformes colegiales; sport damas; artículos para bebé; juguetería. Planta baja: artículos para sport; perfumería y tocador; sastrería y artículos para caballeros; mercería, costuras; lana de tejer, labores; medias, carteras, guantes y pañuelos para damas; paraguas, tocador y adornos; telas por metro; máquinas de coser. Subsuelo: departamento económico.

En esta obra se utilizó la esquina como vidriera privilegiada y se ubicó el acceso sobre el punto medio del frente sobre la avenida San Martín. En la fachada, se pueden observar algunas transformaciones en el diseño como la reducción del aventanamiento, que sigue siendo corrido pero ocupa solo la parte superior de los pisos altos. En esto siguió las nuevas tendencias internacionales de las grandes tiendas construidas en los treinta y cuarenta. En cuanto al lenguaje, las líneas modernas fueron acompañadas por materiales naturales o tradicionales, se podía apreciar la expresión de la piedra rústica en el zócalo bajo las vidrieras y el ladrillo a la vista en los niveles superiores.

La eclosión de las galerías comerciales

A partir de la segunda mitad de la década de 1950, comenzó a desarrollarse en Mendoza una nueva modalidad de arquitectura comercial: las galerías (CIEN AÑOS, 1982, p. 147). A diferencia de las grandes tiendas, estos espacios se integraban a programas mixtos que combinaban usos comerciales, residenciales y de oficinas, y se insertaban en el interior de las manzanas como dispositivos de densificación urbana (Figura 4).



Figura 04: Ubicación de las principales grandes tiendas y galerías comerciales a principios de la década de 1960.

Fuente: Elaboración propia, noviembre de 2025.

El centro de la ciudad experimentó durante las décadas del cincuenta y sesenta un importante cambio en su fisonomía. Seguía siendo un lugar de residencia apetecido por sectores de clase media y media-alta, a la vez que concentraba la actividad comercial de toda el área metropolitana. Frente al contexto de encarecimiento del suelo urbano, el mercado inmobiliario respondió con una elevación considerable de las nuevas edificaciones y una densificación del tejido urbano (BÓRMIDA; MORETTI, 2005, p. 55). El aumento de la altura fue generado por la construcción de edificios de departamentos y oficinas. Las galerías comerciales —ubicadas en la planta baja de esos edificios— vinieron a sumar una densificación del tejido en sentido horizontal. Como ya había hecho de manera aislada el Pasaje San Martín en 1926, la apertura de recorridos peatonales cubiertos no solo multiplicaba la superficie comercial disponible y los metros lineales de vidrieras, sino que redefinía la relación entre el espacio público y el privado. La reiterada repetición de esta tipología generó una gran porosidad dentro de la cuadrícula urbana.

En cuanto al tipo de actividad —y experiencia— comercial, también se trataba de una modalidad diferente a la de las tiendas departamentales, que surgieron en el marco de una masificación del consumo. Los locales comerciales ubicados en las galerías eran más bien pequeños, de tipo *boutique*, y apuntaban en general a productos de lujo o exclusivos. Además, cada local era adquirido por un propietario independiente.

A fines de 1957 se inauguró la Galería Ruffo. En realidad, se trató de la reconversión del antiguo edificio de Muebles Ruffo construido en 1932 en Av. San Martín 1672. Dadas las medidas del frente del edificio y por tratarse de una remodelación, el acceso de la Galería Ruffo es excesivamente exiguo y poco invitante. Sin embargo, el proyecto supo sacar partido de la expansión del lote en el corazón de manzana con un espacio de doble altura en torno al cual se desarrollan dos niveles de locales comerciales, además de ubicar un salón en el subsuelo. Daba lugar a un total de 29 locales, la mayoría de ellos ocupados por negocios de indumentaria. La mueblería Ruffo se ubicó en el primer piso del nuevo emprendimiento. Si bien la estética no estuvo del todo lograda, con un lenguaje y una materialidad con rasgos modernos pero eclécticos en su conjunto, se cumplió ampliamente con la premisa de aumentar la superficie comercial y los metros de vidrieras. Aunque desde el punto de vista arquitectónico no sea destacada, tiene el valor histórico de haber sido la primera galería comercial de esta nueva generación.

Como se mencionó, los nuevos proyectos de galerías comerciales estaban vinculados a la construcción de edificios en altura de departamentos y oficinas. La legislación referida al control de alquileres dictada a partir de 1943 había trastocado el mercado inmobiliario argentino y terminó por desalentar por completo la construcción de edificios de renta. En 1948, la sanción de la ley 13.512 de propiedad horizontal vino, en parte, a solucionar este problema y estimuló la construcción de edificios de departamentos para la venta en las principales ciudades del país. El alto costo de los terrenos céntricos podía ahora, bajo el amparo de este nuevo marco legal, prorratearse entre múltiples propietarios y esto llevó a que la altura de las edificaciones se incrementara sensiblemente. Hacia la década del cincuenta, se estableció en Mendoza una altura de seis pisos como medida óptima de rentabilidad económica (CUETO et al., 1991, p. 222).

Luego de la caída del gobierno de Perón (1955), hubo una respuesta mucho más decidida de la inversión privada en el mercado de la construcción. Este *boom* de la construcción coincide en Mendoza con la eclosión de las galerías comerciales a fines de la década del cincuenta y

principios de la del sesenta (SALA, 2020, p. 150). Pero esta situación no debería inducirnos a pensar que este último hecho estuvo directamente relacionado a la cuestión política, ya que en otras ciudades argentinas –como Buenos Aires, Rosario o Mar del Plata– ya habían comenzado a construirse numerosas galerías a principios de los cincuenta (SPINETTO, 2003, 100). Y otro tanto ocurrió en otras ciudades latinoamericanas, tanto de escala media como grande, con el caso de San Pablo, en Brasil, como el más representativo (LORES, 2024, pp. 160-177).

Entre las empresas constructoras que se dedicaron al desarrollo de edificios de propiedad horizontal podemos resaltar la creada por Isaac Kolton. La firma Kolton había ejecutado entre 1945 y 1949 diez viviendas unifamiliares y locales comerciales. A partir de 1950 se volcó exclusivamente a la construcción de edificios en altura. Hacia 1956, Kolton había construido nueve edificios en propiedad horizontal de entre cinco y siete pisos de departamentos con locales comerciales en sus plantas bajas (75 AÑOS, 1957, s/p.). Para su décima construcción en altura, Kolton encargó al arquitecto Ricardo Perotti el diseño de un edificio de 36 departamentos con una galería comercial en su planta baja con 30 locales, ubicado en Av. San Martín 1355. Las obras comenzaron en 1956 y la galería fue inaugurada en 1958.

La galería Kolton fue proyectada con un acceso bien proporcionado, protegido por una gran marquesina luminosa, con un recorrido que –en su origen– era de carácter lineal y tenía de forma intermitente una doble altura, con todos sus locales ubicados en la planta baja. A principios de la década del ochenta, la empresa Kolton construyó una ampliación de la galería gracias a la adquisición de un lote que conectaba el antiguo fondo del terreno con la calle Buenos Aires, con lo que se generó una configuración en forma de L. La ampliación y la remodelación general de la galería –incluido el acceso– fueron realizadas por su proyectista original. En su primera versión, el destaque espacial lo constituía un ensanche en la parte central del recorrido –de 15 metros de ancho y 6 de altura–, en donde se ubicaban algunos quioscos exentos. Al final del recorrido se ubicaba un bar y –al igual que la Galería Ruffo– sus locales fueron mayormente ocupados por tiendas de modas.

La “revolución” estaba en marcha y varios proyectos de galerías se plantearon por entonces. Pero, sin dudas, la más monumental y moderna fue la Galería Tonsa. Todo era superlativo en ella: el terreno de 4.500 metros cuadrados y 185 metros de longitud formado con la unión de siete lotes; los 30.000 metros cuadrados de superficie cubierta total y las 12.000 toneladas de hormigón armado empleadas en su construcción; la rapidez de su ejecución, la piedra fundamental fue colocada en 1958 y en 1960 estaba ya inaugurada. Se la presentaba como la galería más extensa no solo de la Argentina sino de toda Latinoamérica, teniendo en cuenta que su recorrido comercial total sumaba medio kilómetro. La revista *El Hogar* señalaba en una nota de la época que con la incorporación de la “monumental galería” en la avenida San Martín, esta adquiría “el ritmo de la avenida Corrientes, el cosmopolitismo de la calle Florida y la elegancia de la avenida Santa Fe” (MENDOZA PROGRESA, 1961, s/p.).

La empresa propietaria fue Tonsa S. A., presidida por Irving A. Tow.⁶ El proyecto estuvo a cargo del ingeniero Germán Gutman (UN GRAN EDIFICIO, 1958, P. 19), quien había proyectado varios edificios residenciales en los barrios de Palermo y Belgrano en Buenos Aires, y el edificio de Lutz Ferrando, sucursal Mendoza. La construcción se adjudicó a la empresa Lucas Sarcinella e Hijos.

⁶ Tonsa era una reconocida casa de zapatos con sucursales en toda la Argentina, fundada por Martin Tow.

El programa de la Tonsa abarcaba usos muy variados, que incluían 150 locales comerciales, locales de esparcimiento como restaurante y discoteca, un cine-teatro con capacidad para 2.000 espectadores y uno de los primeros supermercados de Mendoza. Todos estos usos comerciales fueron ubicados en un basamento de tres niveles.⁷ Sobre el basamento comercial se construyeron dos torres de departamentos de 14 niveles y una torre de oficinas de 10 niveles. Como en el resto de las obras de Gutman, el rigor geométrico de la grilla rectangular impera en las fachadas de los volúmenes prismáticos.

Ubicada en Av. San Martín 1159, con salida a las calles Catamarca y San Juan, la galería comercial tiene una distribución en forma de T (Figura 5). Si el ardid de las galerías consistía en generar un paseo peatonal que multiplicara la superficie comercial al introducir la calle al interior de la manzana, en la Galería Tonsa se redobló esa apuesta. Los pasajes –que vinculan tres calles públicas– tienen dos pisos principales, uno ubicado medio nivel sobre la vereda y otro medio nivel hacia abajo, con lo cual la superficie de la planta baja se duplica (Figura 6). Pero era necesario atraer al público hacia el interior. La iluminación cenital y la incorporación de obras de arte en el espacio central jugarían a favor en este sentido. La mayor riqueza espacial de la galería se focaliza en esta rotonda de triple altura con su fuente, su escalera escultórica y un mural realizado por los artistas Luis Quesada, José Bermúdez y Mario Vicente que abarca los tres niveles.

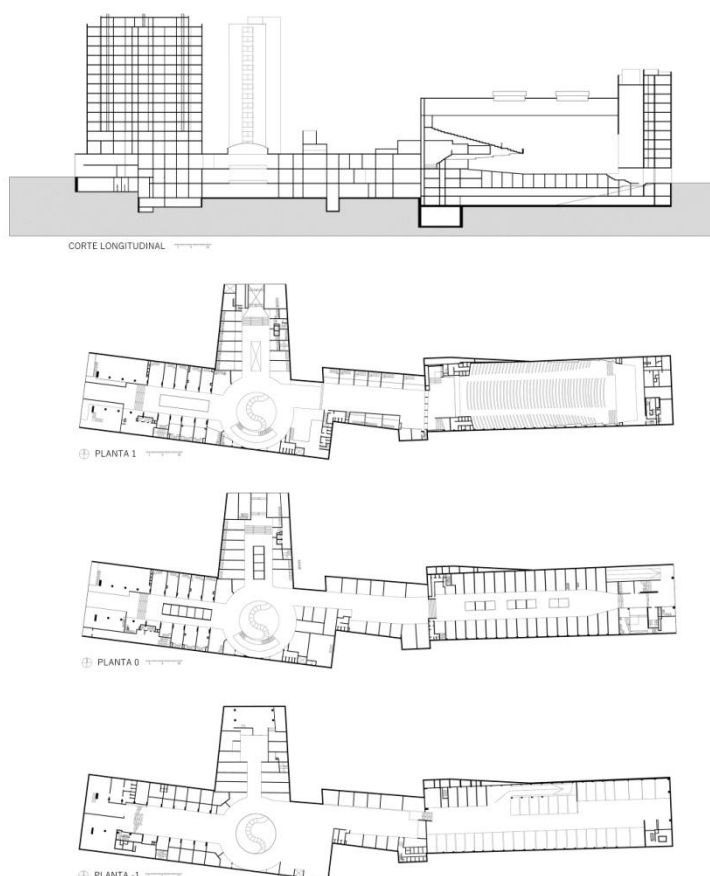


Figura 05: Corte y plantas de la Galería Tonsa.

Fuente: Elaboración propia (dibujó Martín L. Fernández), noviembre de 2025.

⁷ Llama la atención que tanto la variedad de usos como el partido adoptado resultan anticipatorios de los *shopping centers* construidos en Mendoza a partir de la década del noventa.

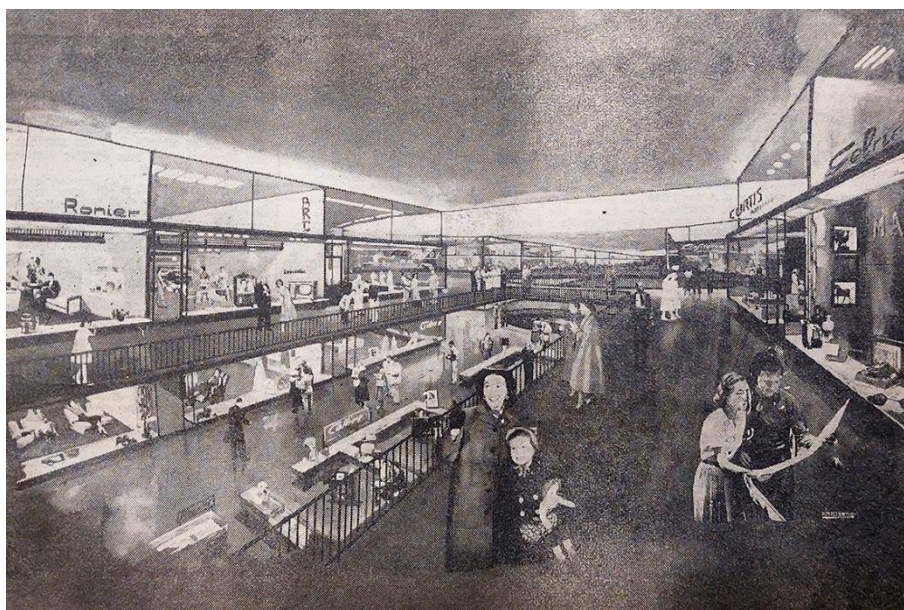


Figura 06: Perspectiva interior de la Galería Tonsa. Fuente: *Los Andes*, 14/09/1958.

Sin embargo, el recurso de la densificación parecía llegar a sus límites. El supermercado Persian tenía una posición no muy conveniente desde el punto de vista logístico. Su ubicación en el subsuelo de la galería ocasionaba problemas en el abastecimiento de mercaderías y dificultades de acceso, no obstante la incorporación de escaleras mecánicas, a lo que se sumaba un estacionamiento insuficiente. Estos factores llevaron a su posterior cierre.

Distinta fue la historia de la que pretendió ser su rival: la Galería Zanettini, ubicada una cuadra más al sur, en Av. San Martín 1035. La obra fue iniciada por el destacado comerciante Vicente Zanettini, con proyecto del Ing. José David y cálculo del Ing. Edmundo Romero. El ambicioso proyecto original del Edificio Galerías Zanettini incluía 200 departamentos distribuidos en tres torres, 85 locales comerciales, sala cinematográfica, confitería-bar y *boite*. La empresa constructora fue Piazza y Piana. Comenzada poco después de la Tonsa, pero paralizada por problemas económicos, recién se retomó su construcción en 1961 con el cambio de propiedad – y el correspondiente cambio de denominación– a favor de la empresa constructora. Fue inaugurada en 1966, ya con el nombre de Galerías Piazza.

La obra finalmente ejecutada contaba con 85 locales, 20 oficinas, 105 departamentos distribuidos en dos torres y estacionamiento subterráneo para 150 automóviles. La torre sobre San Martín se concretó con quince pisos, lo cual la convirtió en el nivel habitado más alto de la ciudad, pero sin llegar a superar la altura total del coronamiento de su vecino, el edificio Gómez. Pero, en relación al proyecto original, se disminuyó la altura de la torre sobre Amigorena y no se realizó la tercera sobre Primitivo de la Reta. Si bien no llegó a superar en conjunto a su pretendida rival, aunque sí en altura, los números hablan igualmente de una obra de magnitud: 23.300 metros cuadrados totales de superficie, un volumen de 10.500 metros cúbicos de hormigón armado y 5.000.000 de kilos de cemento.

La galería comercial posee 3 accesos, ubicados sobre las calles San Martín, Amigorena y Primitivo de la Reta, y tiene un desarrollo en forma de T en un solo nivel de doble altura, a excepción de la parte posterior que cuenta con una planta alta. En un sector del subsuelo se

instalaron los estudios de Canal 9, que había comenzado a funcionar en mayo de 1965, y en la terraza del edificio se colocó una importante antena de transmisión para dicho canal.⁸

Contemporáneamente se construyeron otras galerías de menor escala, que fueron proyectadas hacia el final de la década e inauguradas a principio de los sesenta. Nos referimos a la Galería Rez Massud, ubicada en calle Necochea y la Galería Rosso, ubicada en la esquina norte de San Martín y Alem. Esta fue proyectada por el Arq. Juan Carlos Rogé e inaugurada en 1961. Actualmente el pasaje comercial ha desaparecido y su superficie ha sido ocupada con locales. También a fines de los cincuenta, Kolton encaró un nuevo proyecto de galería comercial para su edificio número trece, se trató de la Galería General Paz, diseñada por Ricardo Perotti.

Esta vez, el terreno ubicado en la esquina de Av. San Martín con General Paz y el programa consistente en locales comerciales y oficinas determinaron una solución completamente distinta. Si en la Galería Kolton se optó por un partido lineal desarrollado en un solo nivel, en la General Paz se optó por agrupar los locales en torno a un espacio centralizado de múltiple altura. Las dimensiones relativamente reducidas del terreno exigieron una solución más imaginativa para hacer rendir el dinero. Así, se plantearon cuatro niveles comerciales que incluían el subsuelo, la planta baja, el primer y segundo piso. Estos quedaron vinculados por un moderno espacio con iluminación cenital que resulta muy interesante desde el punto de vista formal, si bien se podría objetar que la doble escalera resulta un poco redundante. La posición en esquina permitió que la mayoría de los locales tuvieran, además, vista a la calle, conformando una fachada enteramente vidriada que le valió el nombre de “palacio de cristal” (PONTE, 2008, p. 511). Las oficinas se ubicaron del tercer al sexto piso. En el subsuelo se instalaron finalmente los estudios de LV10 Radio de Cuyo, dirigida por Isaac Kolton, y las oficinas de la radio funcionaron en el sexto piso.

El auge en la construcción de galerías comerciales a fines de los cincuenta y principios de los sesenta coincidió con la instalación de los primeros supermercados. La adopción de esta tipología se basó en las experiencias norteamericanas, país del que se importaron las soluciones de diseño y buena parte del equipamiento, como las cajas registradoras. Ya desde fines de la década del cuarenta se había establecido el sistema de autoservicio –o *self-service*, como se denominaba en aquella época– en algunas de las grandes tiendas de la ciudad: Tiendas Americanas Populares (T.A.P.), en 1947; Casa Tía; y el “departamento económico” ubicado en el subsuelo de Gath y Chaves, en 1956.

El primer supermercado en abrir en Mendoza fue Auto-Servicio Americano (ASA), de la firma Pérez y Porras S. A. Inauguró el 19 de diciembre de 1960 en Av. San Martín 1758, en donde Ernesto Pérez Cuesta tenía anteriormente un almacén al por mayor. Esta nueva modalidad comercial significó un verdadero cambio cultural, ya que la gente estaba acostumbrada a la atención personalizada por parte de los almaceneros minoristas.⁹ Sin embargo, la respuesta del público fue muy buena, con una gran concurrencia que colmó las instalaciones desde los primeros días.

Dos días después, el 21 de diciembre de 1960, inauguró el supermercado San Martín, ubicado en Av. San Martín 821 y Don Bosco 40. Se trató de una remodelación y ampliación sobre un edificio existente. El proyecto estuvo a cargo de Oscar Martínez Ariza y el cálculo a cargo del Ing. Ricardo Baccarelli. La empresa constructora fue E.M.D.E. Al igual que ASA, estaba

⁸ Dicha antena fue desmontada luego de que el canal mudara sus estudios a calle Garibaldi.

⁹ Este rubro se caracterizaba entonces por un alto grado de especialización y atomización.

dedicado a la venta de productos de almacén, frescos (carne, fiambre, fruta y verduras) y artículos de limpieza, aunque mantenía todavía un formato similar al de los mercados tradicionales.

Ya se mencionó que el supermercado Persian –inaugurado un mes después en el subsuelo de la Galería Tonsa– tenía una posición poco conveniente para su logística y un estacionamiento insuficiente, motivos por los que no tuvo una larga existencia.

Si bien los supermercados tuvieron un inicio temprano en relación al contexto nacional, el verdadero desarrollo de esta tipología se dio durante la década del setenta –y posteriores–, con la conformación de las dos grandes cadenas mendocinas: Metro y Super Vea.

Las décadas siguientes

A partir de la década del sesenta ya no se construyeron edificios de tiendas por departamentos en Mendoza.¹⁰ Además de las recurrentes crisis económicas, las modalidades comerciales en la Argentina cambiaron una vez más y la competencia de las nuevas tipologías que se hicieron presentes a partir de la mitad del siglo XX se hizo sentir. La mayoría de las grandes tiendas cerraron sus puertas durante los setenta y principios de los ochenta. En la mayoría de los casos, la planta baja de estos inmuebles se subdividió en locales comerciales independientes; en otros, fue utilizada por instituciones bancarias. La falta de conciencia sobre su valor patrimonial, por parte de la población, y de protección legal, por parte del Estado, llevó a que algunas obras fueran remodeladas sin criterios correctos de intervención para adaptarlas a los nuevos usos y requerimientos.

El edificio de Casa Arteta es el único que ha mantenido sus características y el uso comercial integral. Tras el cierre de Arteta, el edificio fue ocupado en 1981 por Tiendas Balbi, una empresa familiar fundada por Ernesto Balbi en 1957. Fue una de las 23 sucursales que la empresa tuvo en la Argentina. En 2021, Balbi se mudó a un local más pequeño. Tras un par de años en los que permaneció desocupado, la cadena de bazar china DD2 alquiló el local y realizó una importante remodelación que incluyó la instalación de escaleras mecánicas. Abrió al público en 2024 con el nombre de Yaffany Center y es la mayor tienda de la empresa en la Argentina.

En el edificio de Gath y Chaves de San Martín y Gutiérrez, que fue adquirido tras su cierre por el Banco de Mendoza y en donde hoy funciona una sucursal del Banco Nación, se agregó un tercer piso alto y se desplazó el acceso a la esquina. En donde se ubicaba anteriormente la entrada principal, se encuentra hoy un sector de cajeros automáticos. Más allá de esas adaptaciones, seguramente necesarias, se transformó de manera importante la fachada. No solo con la incorporación de un gran cartel que tapa toda la parte superior de la ochava, sino también pintando de blanco los paños de ladrillo visto y reemplazando el zócalo de piedra rústica original.

El edificio de El Guipur no ha sufrido mayores alteraciones en los niveles superiores de la fachada, niveles en los que actualmente funcionan oficinas. La planta baja ha sido completamente desvirtuada con la subdivisión en locales menores. Lo mismo ha sucedido con las vidrieras, que en algunos casos han sido cegadas –si bien de manera reversible–.

¹⁰ Cuando la tienda chilena Falabella se instaló en Mendoza en la década del noventa, lo hizo dentro del Mendoza Plaza Shopping –lugar que ocupó hasta su cierre en 2021–.

A diferencia de lo ocurrido con las grandes tiendas, durante las décadas del sesenta, setenta y ochenta, continuaron construyéndose galerías comerciales. Entre las más destacadas podemos nombrar la Galería San Marcos, con accesos desde las calles 9 de Julio y Sarmiento, proyectada por los arquitectos Mario Day Arenas y Alfredo Méndez; la Galería Caracol, en Av. San Martín, proyectada por el arquitecto Rafael Reina; y la Galería Independencia, en calle Lavalle, proyectada por los arquitectos Jacques Caspi y Miguel Ángel Martínez. En total se construyeron en la ciudad más de 20 galerías. Además de la ubicación privilegiada en la Av. San Martín, algunas comenzaron a instalarse en calles perpendiculares, en particular en la Av. Las Heras.

La última década del siglo significó una retracción poblacional para la capital, cuya cifra de habitantes retrocedió a los valores de 1960 según el censo de 2001. Los espacios públicos de la ciudad lucían, quizás, más lindos que nunca gracias a las obras impulsadas por el intendente Víctor Fayad, que incluyeron la renovación de plazas y la inauguración de la peatonal Sarmiento (1989). Sin embargo, a partir de los noventa el centro perdió su posición exclusiva como sede de las principales casas de comercio. Con la apertura del Mendoza Plaza Shopping (1992) en Guaymallén y de Palmares Open Mall (1995) en Godoy Cruz, el comercio comenzó a migrar del centro a la periferia, restando vitalidad al área central de Mendoza. Atrás quedaron los tiempos en que las galerías no solo habían congregado los negocios más lujosos y exclusivos de la ciudad, sino que además habían sido marco de reuniones sociales y eventos artísticos y culturales. A partir de entonces no se construyeron más galerías y, de hecho, algunas como la Rosso o la Florida se cerraron.

No todas las galerías comerciales transitaron de igual manera este período, pero fueron muchas las que vieron languidecer sus brillos y vaciarse sus espacios. El caso más llamativo fue el de la Galería Tonsa. A partir de los años noventa, una franca decadencia se adueñó del edificio. El cierre progresivo del supermercado Persian, primero, del cine City y de la confitería Via Veneto, después, así como de muchos comercios tradicionales en ella instalados condujo a una lenta degradación de la galería. Allí donde alguna vez se propuso crear “la calle Florida de Mendoza” o “la ciudad del futuro” surgió un pequeño mundo oscuro y sospechoso en donde se agrupan locales de venta de software ilegal, teléfonos celulares robados, sex-shops y espacios para la compra-venta de divisas extranjeras en el mercado negro. Las épocas doradas de esplendor y vitalidad fueron reemplazadas por un espacio sombrío y actividades que desafían la legalidad.

Otras pudieron mantenerse, como la Galería Kolton, que había sido ampliada y remodelada en 1983. De la misma manera, la Galería Piazza supo reinventarse. En 1994, los arquitectos Juan Carlos Alé y Eduardo Salomón realizaron una remodelación general de la galería. Entre otras reformas, se eliminaron los quioscos exentos de manera de dar mayor amplitud al espacio de circulación y se abrió un lucernario vidriado para dotarlo de mayor luminosidad natural. En 1997, a imitación de los shoppings ya instalados en Mendoza, se incorporó en la planta alta un patio de comidas (Piazza de Comidas) y un sector de juegos infantiles (Play Land Park), además se dotó a la galería de aire acondicionado. La estética aplicada también estaba en sintonía con el lenguaje posmoderno aplicado a los nuevos centros comerciales que se construían entonces. Adaptándose a las nuevas tendencias, la Piazza logró recuperar la vitalidad de las galerías de antaño, con un café muy animado en su centro y con la organización de eventos como desfiles de moda, tan en boga en los noventa.

Durante lo que va del siglo XXI, el centro se ha mantenido en una fase de estancamiento que continúa hasta hoy, con una competencia cada vez mayor de espacios comerciales ubicados en los sectores periféricos del área metropolitana. A excepción de algunos locales individuales, no volvieron a construirse edificios comerciales de gran escala en el área central. Los proyectos de ese tipo –como la construcción de un *shopping* en el terreno del antiguo Colegio de los Hermanos Maristas– no se concretaron.

Conclusiones

Las grandes tiendas construidas en Mendoza durante la década del cincuenta representaron la culminación del desarrollo que esa tipología había tenido en la ciudad durante la primera mitad del siglo XX. El aumento de su superficie acompañó el crecimiento demográfico de la ciudad y la incorporación progresiva de distintos sectores al consumo en este tipo de negocios. El cambio del gusto llevó a la adopción de un lenguaje formal moderno, o por lo menos libre de ornamento. Si bien esto se desarrollaba en sintonía con otros temas arquitectónicos, para el comercio era especialmente importante estar siempre a tono con las últimas tendencias.

También se encuentran continuidades y características comunes con los ejemplos anteriores. Dominaron las soluciones de planta libre, posibilitadas por las estructuras de hormigón armado, que permitían una distribución funcional de las distintas mercaderías y en las que la exposición de los productos era el punto focal de atención. No existieron alardes espaciales con amplios interiores de múltiples alturas ni grandes lucernarios. Los únicos elementos de cierto destaque fueron las escaleras y los ascensores, que no tuvieron una posición central, sino recostados sobre los muros laterales de modo de no interrumpir la continuidad de la superficie de ventas. El acento representativo estuvo puesto en las fachadas, que actuaban como reclamo en el congestionado medio comercial del centro de la ciudad tratando de atraer clientes, al igual que sucedía con los avisos publicitarios en los medios gráficos, en donde se anunciaban las tradicionales liquidaciones de temporada y se promocionaba la bondad de sus productos o la ventaja de los precios.¹¹ En este mismo sentido, las fachadas tuvieron valor por sus metros lineales de vidrieras, que eran el lugar privilegiado para exhibir los artículos en venta –en particular las novedades– y, además, como fuente de luz natural. De allí que la ubicación en esquina fuera siempre la elegida.

Como en toda historia urbana, el desarrollo del centro comercial de la ciudad de Mendoza entrelazó aspectos demográficos, económicos, políticos y culturales. El significativo cambio en su morfología que se inició en la década del cincuenta tuvo como principales protagonistas a los edificios de propiedad horizontal y las galerías comerciales. La densificación urbana que produjeron no solo multiplicó los espacios de interacción económica y social, sino que marcó toda una era de innovación arquitectónica en la ciudad.

A lo largo de la segunda mitad del siglo, las galerías comerciales fueron conformando una red peatonal cubierta que se superpuso a la trama vial existente de Mendoza, multiplicando y densificando la superficie comercial en el centro de la ciudad. Muchas de ellas conectan varias calles y se van sucediendo unas a otras. Dependiendo de las dimensiones y las características de los terrenos, adoptaron diferentes partidos. Los dos ejemplos mayores, la Galería Tonsa y la Galería Piazza –al igual que lo había hecho en 1926 el Pasaje San Martín–, así como el conjunto

¹¹ A semejanza de sus edificios, las publicidades de las grandes tiendas eran las de mayores dimensiones, muchas veces a página completa.

formado por las Galerías Mendoza, Rez Masud y 9 de Julio conectan tres calles y tienen una disposición en forma de T. Luego de cuatro décadas de vigencia, con el advenimiento de los shoppings en la periferia a partir de los noventa y el consecuente estancamiento del centro urbano, el esplendor de estas galerías empezó a decaer. Algunas pudieron mantenerse a pesar de la crisis, otras sucumbieron al abandono y otras supieron reinventarse y encontrar nuevos usos.

Los grandes edificios comerciales de Mendoza levantados en la década del cincuenta simbolizaron la modernidad y el dinamismo económico de la ciudad, al tiempo que contribuyeron a definir decisivamente el carácter del área central. En la actualidad, cuando el centro de Mendoza enfrenta importantes desafíos para sostener su vitalidad, la historia de sus grandes tiendas y sus galerías adquiere un valor renovado. Estos edificios constituyen un patrimonio cultural que excede lo estrictamente arquitectónico, al reflejar procesos económicos y sociales más amplios, entre ellos la transformación de las prácticas comerciales y la ampliación del consumo. La comprensión de su significado histórico y urbano resulta fundamental para orientar las políticas de preservación que permitan proteger estas obras y conservar su legado en el paisaje urbano mendocino.

Referencias

75 años al servicio de Cuyo: 1882-1957. Mendoza: Diario Los Andes, 1957.

BELINI, Claudio; KOROL, Juan Carlos. **Historia económica de la Argentina en el siglo XX.** Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, 2012.

BÓRMIDA, Eliana; MORETTI, Graciela. **Mendoza:** Guía de Arquitectura. Mendoza-Sevilla: Junta de Andalucía, 2005.

Cien años de vida mendocina: Centenario Diario Los Andes 1882-1982. Mendoza: Diario Los Andes, 1982.

CIRVINI, Silvia; Arquitectura comercial en Mendoza. **Summa temática.** Buenos Aires, n° 29, pp. 44-47, 1989.

CUETO, Adolfo et al. **La ciudad de Mendoza:** su historia a través de cinco temas. Buenos Aires: Fundación Banco de Boston, 1991.

LORES, Raul Juste. **São Paulo nas alturas:** a revolução modernista da arquitetura e do mercado imobiliário nos anos 1950 e 1960. San Pablo: Companhia das Letras, 2024.

Mendoza progresa hacia lo alto. **El Hogar.** Buenos Aires, n° 2608, s/p., 1961.

MILANESIO, Natalia. **Cuando los consumidores salieron de compras:** nuevos consumidores, publicidad y cambio cultural durante el primer peronismo. Buenos Aires: Siglo XXI, 2014.

PONTE, Jorge Ricardo. **Mendoza, aquella ciudad de barro:** historia de una ciudad andina desde el siglo XVI hasta nuestros días. Mendoza: CONICET, 2008.

ROCCHI, Fernando; Consumir es un placer: La industria y la expansión de la demanda en Buenos Aires a la vuelta del siglo pasado. **Desarrollo Económico.** Buenos Aires, vol. 37, n° 148, pp. 533-558, 1998.

ROVIRA, Alberto. **Historia de la Avenida San Martín.** Mendoza: D'Accurzio, 1957.



SALA, Carlos. Los pasajes y galerías comerciales de la ciudad de Mendoza. *In*: GIRINI, Liliana. **Temas del territorio y la cultura arquitectónica y urbana**. Mendoza: Idearium, 2020. pp. 144-161.

SERRANO SÁSETA, Rafael; Los orígenes comerciales del fenómeno de la desmaterialización de la fachada en la arquitectura moderna. Transparencia y luz eléctrica. **Revista Europea de Investigaciones en Arquitectura**. Madrid, n° 2, pp. 163-180, 2014.

SPINETTO, Horacio; Los años 50 y las galerías comerciales. **Summa+**. Buenos Aires, n° 62, pp. 100-104, 2003.

Un gran edificio en la ciudad de Mendoza. **Nuestra Arquitectura**. Buenos Aires, n° 341, pp. 19-20., 1958.