

HISTORIA DE LA CASA WELSCH, PATRIMONIO DEL CENTRO HISTÓRICO DE LIMA^(*)

HISTORY OF THE WELSCH HOUSE, HERITAGE OF THE HISTORIC CENTER OF LIMA

HENRY BARRERA CAMARENA^(**)

Investigador independiente (Perú)
henrybarrera20@gmail.com

Fecha de recepción: 19 de marzo de 2018

Fecha de aprobación: 14 de junio de 2018

RESUMEN

El presente trabajo trata de revalorar la importancia histórica y arquitectónica que tiene la Casa Welsch, tienda de origen alemán que se dedicó a la venta de joyas y relojes en Lima a mediados del siglo XIX. A través de la recopilación de imágenes inéditas e información, se intentará de conocer un poco más sobre su devenir desde el momento de su edificación hasta el proyecto de restauración que se ejecutó en 2012. Destaca el famoso reloj de fachada que durante muchos años estuvo al exterior del inmueble brindando la hora oficial a todas las personas que transitaban por el jirón de la Unión, el cual fue retirado de su sitio original a fines del siglo pasado. Debido a esto, el estudio resalta el valor histórico que posee, con la finalidad que este pueda ser reconocido y asimilado por la sociedad. Además, el fin de este trabajo también es contribuir a la difusión de este monumento como parte del Centro Histórico de Lima.

PALABRAS CLAVE

Patrimonio, estilo arquitectónico, valor histórico, restauración

ABSTRACT

The present study consists of revaluing the historical and architectural importance of the Welsch House, a shop of German origin, dedicated to the sale of jewelry and watches in Lima in the mid-nineteenth century. Through the compilation of unpublished images and information, one will be able to learn more about its transformation from the time of its construction to the restoration project that was carried out in 2012. One of its best features is the famous front clock that for many years fronted the property and provided the official time to all people who passed through Jirón de la Union, the street where it was located; it was removed from original location at the end of the last century. For this reason, the study highlights its historical value, so that it may be recognized and assimilated by society. As well, the purpose of this work is to contribute to the diffusion of this monument as a part of the Historic Center of Lima.

KEYWORDS

Heritage, architectural style, historical value, restoration

(*) El artículo es parte de una investigación personal que se realizó en el 2016, la cual contó con la valiosa ayuda de Roberto W. Ehni Timmer, gerente general del actual local de la Casa Welsch "Cabuchon", al proporcionar para esta investigación importante material fotográfico e información histórica de este monumento.

(**) Licenciado en Historia por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Ha cursado la maestría en Gestión del Patrimonio Cultural en la misma casa de estudios. Labora actualmente en la Biblioteca Nacional del Perú. Interesado en la investigación del patrimonio edificado del período colonial y republicano.

Uno de los inmuebles más emblemáticos que se conserva en el centro histórico de Lima es la Casa Welsch. Sus más de 100 años de existencia deben ser motivo suficiente para que sea valorada tanto por su valor histórico como por su potencial económico o valor utilitario. Pero no es así. Por esa razón, el objetivo principal del artículo será reconocer el devenir histórico que ha recorrido uno de los representantes del famoso estilo *art nouveau* en el Perú. Del mismo modo, es materia de este trabajo el aspecto arquitectónico de la Casa Welsch, tanto interno como externo, ya que mediante el conocimiento de estos aspectos se podrá revalorarla en su verdadera dimensión.

Al respecto, el destacado investigador William Lipe sostiene que “los recursos culturales poseen un valor utilitario que debe ser aprovechado equilibradamente” (1984, p. 9). Hoy en día la Casa Welsch es más conocida por los giros económicos que brinda. Se necesita difundir la importancia que tuvo y el papel que jugó dentro de la historia de la ciudad de Lima a inicios del siglo XX: es decir, transmitir su valor histórico, ya que el progreso cultural de una sociedad está íntimamente relacionado con el tipo de valor que la gente le otorga al patrimonio cultural.

El valor histórico de la Casa Welsch debe ser interiorizado por la sociedad en general, sin que sea necesario tener un lazo directo con el monumento. Como plantea Javier Hernández, “el patrimonio es una construcción social. Los bienes patrimoniales son percibidos en un contexto social concreto como símbolos que gozan de gran valor y que comunica una determinada versión de la realidad” (2003, p. 85). Al conseguirse este objetivo, su conservación y preservación para las generaciones futuras estaría asegurada.

Metodología

Esta investigación se basa en la revisión de fuentes primarias y secundarias. En el caso de las primarias, se consultaron los periódicos *El Perú Ilustrado* de 1887 y *El Comercio* de 1909. Asimismo, se consultó la revista *Varietades* de 1910. Con respecto a años recientes se analizó el “Proyecto de restauración, conservación y cambio de uso” del monumento (2012), el mismo que fue facilitado por el archivo central del Ministerio de Cultura. Las fuentes secundarias, por otro lado, son frutos de la pesquisa bibliográfica de libros y folletos.

Por otra parte, se recopilaron imágenes inéditas del inmueble hacia mediados del siglo XX. Roberto W. Ehni Timmer, descendiente directo del fundador en Lima de la Casa Welsch, tuvo la amabilidad de concederme una entrevista en 2016. Durante esta no dudó en confiarme algunos de los archivos fotográficos que tiene en su poder, los cuales están en gran medida presentes en este artículo y permiten obtener una certera mirada del diseño arquitectónico inicial.

Antecedentes de la Casa Welsch

La historia de la Casa Welsch se remonta a mediados del siglo XIX, cuando la compañía Geo Ehni & Co., fundada por Georg Ehni, estableció su primer local en Stuttgart, Alemania. El negocio prosperó según lo trazado, y alcanzó tal notoriedad que se procedió a internacionalizarlo. En 1850 instaló su primera sucursal en el exterior, específicamente en New York. Al poco tiempo le siguieron otras en La Habana, Chile y México, hasta que, en 1858, llegó a Lima, a una pequeña tienda de la calle De la Merced, hoy la cuadra 6 del jirón De la Unión, donde expandió su enorme negocio de productos al por mayor y representaciones maquinarias, insumos industriales, armas, relojes, joyería, porcelanas, cristales, adornos y puros. Después se trasladaría a otra casa en la calle De la Coca, en la actual cuadra 4 del jirón Carabaya.

Esta compañía era la segunda más antigua representante y distribuidora del mundo de relojes Longines (el primero era la firma estadounidense Wittnauer & Co). La expansión de la compañía se dio a través del establecimiento de su filial peruana, la compa-

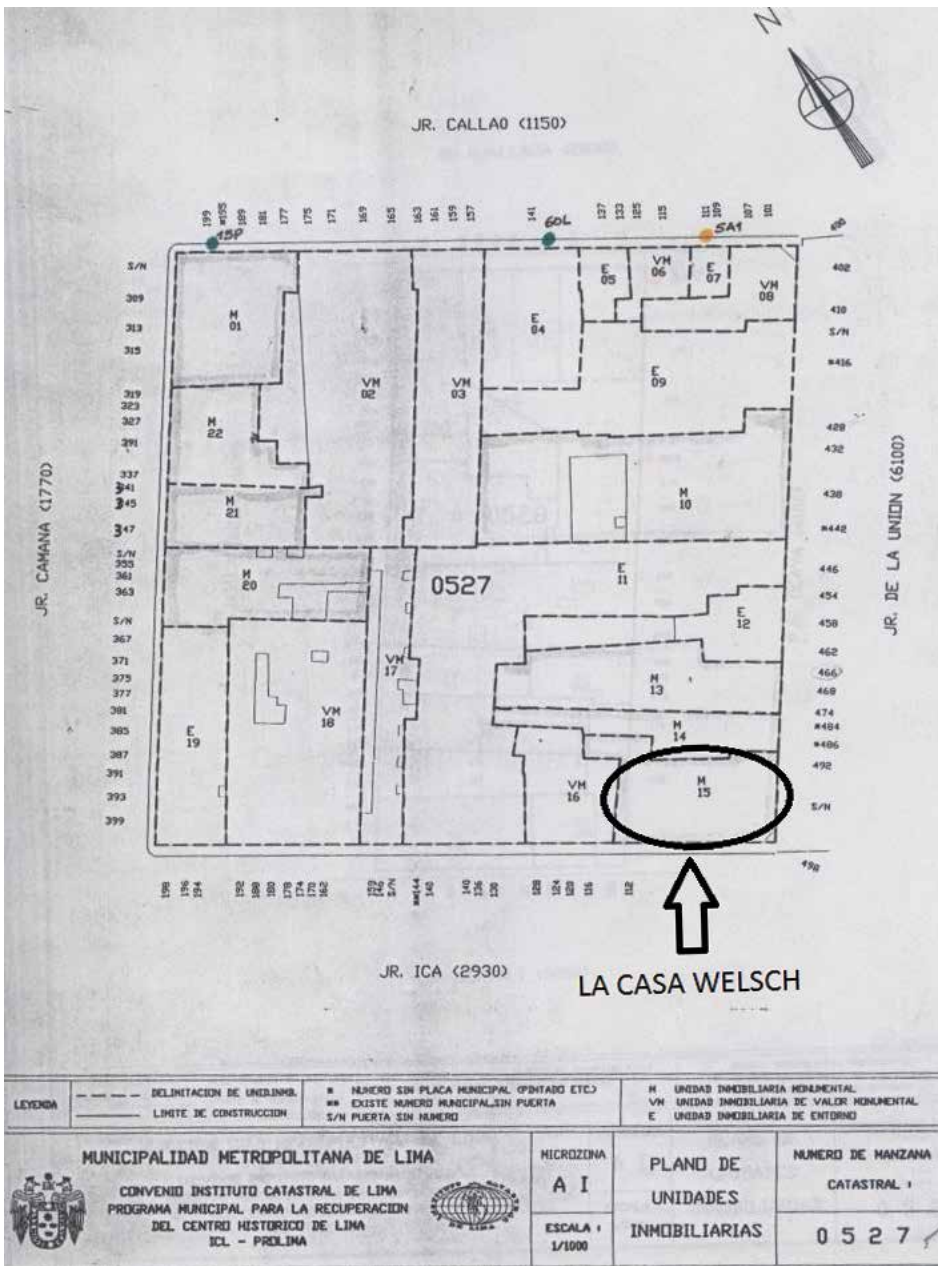


Figura 1. Plano del inmueble, 1996. Archivo PROLIMA.

ña G. Welsch, Ehni & Cía. Como procedimiento usual en el conglomerado, el nombre provino del socio y gerente, Gustav Welsch, funcionario de Geo Ehni & Co., quien permaneció en Lima cerca de 10 años para formar y dirigir la empresa.

Por aquel entonces la ciudad estaba atravesando un proceso de transformación que abría espacio a los estilos arquitectónicos europeos, en especial al francés. La demolición de las antiguas murallas de la urbe en 1872 contribuyó a ello, al permitir el ensanchamiento y eclosión de los espacios públicos. Un ejemplo de ello fue la inauguración del Parque de la Exposición en el mismo año (Currarino Cámere, 2008, p. 58). La arquitectura limeña de esa etapa estuvo marcada por estilos eclécticos y académicos; el proceso de “europeización” comenzó a alterar la forma urbana hacia finales del siglo.

Los criterios parisinos del barón Georges Haussmann, prefecto de París, se hicieron presentes en el nuevo ornato (Martuccelli, 2000).

Como consecuencia del crecimiento del negocio surgió la necesidad de encontrar otro local para albergar la casa, ya que el de la Coca resultaba insuficiente. En 1886 se realizó el traslado a un almacén con más capacidad, ubicado en la calle de Espaderos N° 261. Como estrategia se decidió combinar las ventas por mayor con ventas al por menor: se importaba de manera paralela diversos objetos de arte y artículos de fantasía en plata, plaqué, níquel, bronce, cristal fino y porcelana de todos los países industriales, como Estados Unidos, Francia, Inglaterra y la misma Alemania, que se adquiría mediante agencias establecidas en la capital de los mismos.

En 1888 Wilhelm Ehni, sucesor de Georg Ehni en la empresa alemana, en uno de sus dos viajes de visita a Lima, integró la junta de formación de la Cámara de Comercio de Lima. Cabe mencionar que el progreso económico de la compañía se debió en gran parte a las medidas económicas y fiscales tomadas por el gobierno peruano, ya que se incentivó la inversión nacional y extranjera (Klarén, 2013). No solo llegaron capitales alemanes, sino de otras partes de Europa, los cuales se afincaron sin mayores complicaciones.

Tras el cambio de almacén, la Casa Welsch optó por dejar su antiguo sistema y dedicarse solamente a la venta de artículos al por mayor y menor, y a precios reducidos para su clientela. El objetivo era alcanzar mayor reputación e incrementar las transacciones de sus importaciones al centrarse en tres puntos clave: elegancia, calidad y precios cómodos. Este escenario favorable llevó a que, a fines de la década de 1890, los negocios prosperaran de tal modo que en 1904 la matriz alemana G. Welsch, Ehni y Cía., acordó la construcción de un local. Se compró un terreno en el cruce de la calle Mercaderes (hoy jirón De la Unión N° 492, s/n y 498) con la calle Plateros de San Agustín (hoy jirón Ica N° 112), a una cuadra de la Plaza Mayor de Lima. La matriz alemana envió los fondos, los planos y la estructura de acero para la construcción del edificio. Antes que lo compraran, se encontraba hipotecado a favor del Banco de Londres México y Sudamérica por la suma de 12,000 libras esterlinas al contado, debido a las deudas que había contraído su dueño, Estanislao B. Granadino, un militar que participó en la guerra contra Chile y lo adquirió en febrero de 1890. Una vez saldada la hipoteca, en julio de 1908 la propiedad fue adquirida por los señores Welsch y Cía.

Ese mismo año, sin esperar demasiado, se iniciaron las labores de la edificación, que tardaron solo un año. El 11 de diciembre de 1909 se inauguró el elegante edificio de la Casa Welsch. En la Figura 1 se puede observar su ubicación en el interior de la manzana. Si bien el plano es de 1996, esta no ha variado en lo absoluto.

Por ahora, solo se utilizará el plano para ubicar la casa espacialmente; al tocar el tema de la restauración se volverá a este punto para poder entender los cambios efectuados en la composición interna (Figura 2).

Aspectos arquitectónicos del inmueble: *Art nouveau*

Los responsables de la construcción fueron los hermanos milaneses Raymundo y Guido Masperi, quienes llegaron al Perú en 1884 empapados de la corriente artística llamada *art nouveau*, la misma que plasmaron en su fachada integral.

Surgido a partir de un movimiento muy importante dentro de las artes decorativas que apareció por primera vez en 1892 en París, el *art nouveau* es un desencanto de las formas y métodos repetitivos habituales, banalidades decorativas antiguas e imitación que tenía lugar en gran parte de Europa occidental. En pocas palabras, rompía con los cánones establecidos y optaba por otro que estuviera acorde a la realidad nacional de cada población. Se trata de un renacimiento de las artes decorativas (Lahor, 2012), cuyo surgimiento se encuentra marcado por el contexto de consolidación del proceso



de industrialización generado por la Revolución Industrial, procedente de la segunda mitad del siglo XVIII. En el siglo XIX el *art nouveau* tuvo que convivir con los profundos cambios producidos por la industria desbordante que cuestionaba los valores morales, políticos, religiosos, sociales y estéticos. Las transformaciones que tuvieron lugar no se limitaron al ámbito del desarrollo tecnológico y científico: el modo de vida no podía quedar excluido (Mattos Álvarez, 2002a). En ese mismo escenario se dio una expansión sin precedentes de las ciudades, grandes centros fabriles se instalaron en las principales urbes europeas: Londres, París y Berlín, y de manera paralela tuvieron lugar incesantes movimientos migratorios del campo a la ciudad. Parte significativa de la población dejó la agricultura tradicional para dedicarse al trabajo en dichas fábricas. Estos y otros factores demográficos provocaron un aumento considerable de la población urbana (Mattos Álvarez, 2002a). La consecuencia inmediata de este incremento fue el alza en la demanda de nuevas edificaciones. Se desató una especie de boom arquitectónico, cuya particularidad fue el incipiente desarrollo del concepto de funcionalidad, demanda urbana y decoración, a diferencia de lo tradicional.

Hasta 1789 en Francia, la cuna del *art nouveau*, este estilo fue popularizándose según el reinado de turno, pero pronto empezó a surgir la necesidad de un estilo propio, un *art nouveau* distinto al que se daba en otros países europeos occidentales. Además, existía el anhelo de dejar de ser esclavos de la moda, gusto y arte extranjeros. En gran parte de Europa se produjo la pujanza de un nuevo arte que no era ni una copia servil del pasado ni una imitación del gusto foráneo. Así, el *art nouveau* nació en un ambiente en el que se buscaba expresar de manera clara las tendencias que pretendían romper con el academicismo reinante, con la intención de superar los agotados patrones

Figura 2. Mapa panorámico de la ubicación de la Casa Welsch dentro del centro histórico de Lima. Google Earth, 2018.

del historicismo y del naturalismo (Lira, 1991). Se diferenció por buscar, principalmente, elementos relacionados con la técnica compositiva. Además, la influencia del arte oriental fue considerable. Por mencionar algunos ejemplos, se puede citar el arabesco, es decir, los zarcillos del arte árabe; las formas de los recipientes orientales; los minaretes de las mezquitas; y la decoración y la técnica china en vidrio. La influencia del arte japonés también entró a tallar: los más diversos ángulos visuales, la composición asimétrica, los nuevos temas sobre la naturaleza, la libre belleza de las líneas y la ingenuidad de las formas rectilíneas son prueba de su representación. La cultura africana fue también una influencia relevante (Mattos Álvarez, 2002b).

El retorno del sentimiento y los gustos estéticos otrora abolidos también influyó en el establecimiento del art nouveau. En Francia, por ejemplo, se comenzó a demandar imaginación de parte de sus escayolistas y estuquistas, de sus decoradores y mueblistas, e incluso de sus arquitectos, exigiéndoles a todos estos artistas que mostraran creatividad y fantasía, algo novedoso o auténtico en cierta medida. Así surgió la nueva decoración, en respuesta a las necesidades de las nuevas generaciones (Lahor, 2012). En España tomó el nombre *modernismo*; en Inglaterra, *modern style*; en Alemania, *Jugendstil*; en Italia, *stile liberty*; y en la abanderada, Francia, *art nouveau*, término que fue tomado de una de las salas de exposiciones de la Maison Bing-L'Art Nouveau, fundada en 1895 por Samuel Bing, un comerciante hamburgués, para exhibir el trabajo de artistas jóvenes dedicados al arte nuevo (Mattos Álvarez, 2002a). Bing se interesaba por la artesanía y el arte moderno, y el nombre de su tienda pronto se convirtió en sinónimo de un nuevo estilo decorativo (García Bryce, 1973). Pese a que se forjó básicamente en Europa, la presencia del art nouveau se dejó en notar en otras latitudes.

Un rasgo adicional de este estilo es el empleo de la naturaleza como fuente de inspiración. Sus representantes no se limitaron a admirarla u observar su apariencia externa: su objetivo no era solo reproducir fielmente los motivos proporcionados por la misma ni trascender a la apariencia externa de sus manifestaciones, sino que pretendían expresar los vínculos internos entre la actividad psíquica del ser humano y los procesos naturales. Su necesidad de incorporar lo místico y lo irracional como sustitutos del naturalismo no podía quedar al relegado.

El art nouveau tuvo un rayo de irradiación que llegó hasta el continente americano. En Lima, fue utilizado mayoritariamente por la oligarquía y la élite para simbolizar su ingreso a la modernidad, una señal de su estar a la par de los gustos europeos. La noción de progreso, vinculada al desarrollo material de la ciudad y el ideal cosmopolita, fue un punto central en las políticas de la mayoría de gobiernos de la segunda mitad del siglo XIX. A través de fastuosas construcciones y onerosos gastos públicos urbanos, se pretendió que Lima dejara su ropaje colonial y se transformase en una ciudad igual que cualquiera de sus pares de Europa o Norteamérica (Villamonte, 2005). La clase dominante orientó sus gustos hacia lo que se encontraba en boga en el mundo occidental, imitando lo que ocurría en otras capitales latinoamericanas como Buenos Aires o México. París, metrópoli del gusto y la sensibilidad burguesa, se convirtió en el referente estético de la renovación urbana y artística (Muñoz, 2001). En poco tiempo se construyeron edificios que son prueba de esa corriente: la Facultad de Medicina de la Universidad de San Marcos, a cargo del ingeniero Santiago Basurco; el proyecto de la Cripta de los Héroes, del francés Emile Robert; el Palacio Legislativo, de Ricardo de Jaxa Malachowski; y la tienda Oeschle, del francés Claudio Sahut (Martuccelli, 2000) son algunos ejemplos. La influencia francesa también se percibió en el ámbito de la moda: en Lima existían tres grandes almacenes de origen francés: el Bon Marché, Printemps y Galeries Lafayette, los cuales se encargaban de traer lo último de la tendencia en Europa, según sus catálogos (Parker, 2004).

A comparación de lo que sucedía en el resto de América Latina, en Lima la construcción se limitó a la utilización de adobe, barro, quincha y yeso, y el empleo de ese estilo

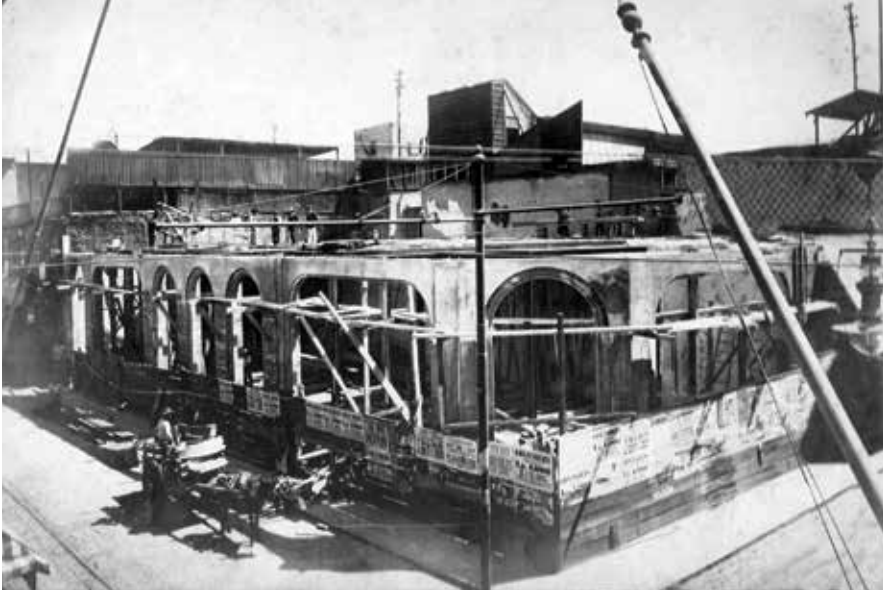


Figura 3. Ejecución de la obra, 1908. Archivo personal de Roberto W. Ehni Timmer.



Figura 4. El local un mes después de su inauguración. En *Variedades*, 15 enero de 1910.

artístico se circunscribió, en muchos casos, tan solo a la fachada y no al resto del domicilio. La sinuosidad de la línea y la libertad en el diseño se quedó en la epidermis, mientras que por dentro la línea recta y la rígida simetría dominaban todas las habitaciones, al igual que el sentimiento de recato permanecía en el alma de la sociedad oligarca (Villamonte, 2005). Pese a su difusión rápida en la ciudad, no fueron muchas las casas que adoptaron esa nueva tendencia. Salvo casos emblemáticos, como la Casa Courret, edificada en barro y yeso, su utilización no llegó a popularizarse (Velarde, 1978). En el Centro Histórico de Lima existen monumentos construidos de acuerdo al estilo del art nouveau que aún se encuentran en regular estado de conservación (ver Figuras 3 y 4).

Respecto al diseño de la Casa Welsch, el sótano era de una estructura en loza; el primer piso era de hormigón con estructura de acero; el segundo estaba compuesto por muros de albañilería enlucidos con un revoque de cemento, yeso y arena, usado para talleres y oficinas; y, finalmente, el tercero presentaba estructura de madera en pisos y techo, con tabiquería divisoria de expanded metal clavado sobre la parte de madera. En resumen, el inmueble constaba de un sótano compuesto por dos bóvedas, tres pisos y una azotea. La edificación respondió a una arquitectura de tipo comercial, propia de aquellos años.

Precisamente en las primeras décadas del siglo XX se hizo frecuente en Lima la construcción de locales con una clara función de comercio, alquiler o almacenes (Flores & Burga, 1991). Es por ello que el diseño del primer piso de la Casa Welsch, que era de planta libre, fue planteado para ser lugar de ventas. Este era el tiempo de la llamada *belle époque*: si en el siglo XIX la arquitectura republicana apenas modificó el paisaje urbano en forma puntual, para comienzos del XX se consolidó el conjunto o ciudad afrancesada que convivía con la ciudad tradicional (Currarino Cámere, 2008). El inmueble aquí estudiado es uno de sus representantes (Figura 5).

Este edificio moderno tuvo la primera estructura metálica que fue traída al Perú desde Alemania. Tenía una hermosa puerta principal de bronce, de 4.60 metros de altura, diseñada y fabricada en Stuttgart por el arquitecto Gustav Rottacker, que no llegó a tiempo para la inauguración del local, ya que el Gobierno alemán obligó a que fuese primero expuesta en el Museo de Artes Aplicadas de dicho país durante dos años. Por lo tanto, la puerta llegó recién en 1912. Esta podía ser vista desde el interior del primer piso, mientras que hacia el exterior había una puerta de fierro que se colocó en 1908.

Cabe indicar que la tienda se caracterizó por la comercialización de bienes en plata. La matriz Geo Ehni & Co. organizaba las representaciones de Alemania en las ferias mundiales desde sus inicios y, por sus vínculos, la antigua Casa Welsch participó en todas ellas, incluso la de 1939 en los Estados Unidos, donde representó al Perú con una muestra de la magnífica platería peruana.

Evidentemente, su principal público y clientela era la aristocracia limeña, la cual haciendo gala de su fortuna y estatus concurría a este espacio exclusivo. El resto de los habitantes solo admiraban desde el exterior la presencia de tanto lujo en un solo lugar. Era un idóneo punto de encuentro y de socialización para la gente pudiente. La Casa Welsch no tenía nada que envidiar al famoso Palais Concert o “Casa Barragán”, que también reunía a los principales personajes de la época (Figura 6).

En 1921 la empresa alemana recibió un premio por su importante participación en la Feria de Lima, la cual se desarrolló con motivo de la celebración del Centenario de la Independencia. El presidente Augusto B. Leguía encargó la realización de ceremonias en toda la ciudad, así como de mejoras en la infraestructura y el ornato con el fin de modernizarla para tal célebre acontecimiento (Hamann, 2011). La empresa, en su afán de mostrar su gratitud, diseñó y mandó producir 3,000 relojes de bolsillo de tres tapas en plata y 200 en oro a la fábrica de relojes Longines, los cuales llevaban las imágenes de José de San Martín y de Simón Bolívar en las caras.



Figura 5. Década del 20 del siglo pasado, clientes y transeúntes asoman desde el exterior los productos que se ofrecen. Archivo personal de R. W. Ehni Timmer.



Figura 6. Al fondo se aprecia la puerta de bronce (década de 1920). Archivo personal de R. W. Ehni Timmer.

El reloj de fachada

Uno de los aspectos que más se recuerda de esta antigua tienda es su famoso reloj, marca Longines, que durante muchos años fue “el Big Ben de Lima” –en alusión a la conocida campana de reloj de Londres– pues se encontraba en la calle más transitada de la ciudad y daba la hora oficial (Orrego, 2010). Este reloj, cuya estructura estaba compuesta de fierro y bronce pintado, que consistía en un reloj patrón de péndulo alemán de gran precisión, además de varios relojes secundarios adosados a la fachada que recibían las señales del reloj patrón, fue instalado al exterior de la Casa Welsch recién en 1916. Pocos entendían por qué el reloj, de marca suiza Longines (con sus clásicas tres estrellas las cuales se encontraban en la parte superior de la esfera), también tenía más abajo las siglas de la multinacional norteamericana International Business Machines (IBM). Esto se debía a que en 1942, durante una de las usuales revueltas en Lima producto de la Segunda Guerra Mundial, una bomba cayó cerca al local y dañó su maquinaria interna. En realidad, solo se salvó la estructura, por lo que era necesario importar el repuesto de Europa, pero el conflicto bélico que atravesaba el continente impidió que esto suceda. Como no estaba permitido traer nada de Alemania, se compró en Estados Unidos un nuevo reloj patrón de péndulo electromagnético de alta precisión, fabricado por la IBM, que exigió que se pusiese también el logo de la empresa en la esfera (Figura 7).

Después de culminada la guerra europea, en 1947 la empresa cambió su razón social, y se fundó Casa Welsch S. A., empresa pública dedicada a la venta de accesorios para el hogar, nombre que mantiene hasta el día de hoy. Posteriormente, en la década del 80 se cambió la maquinaria del reloj IBM, tanto del patrón como de los secundarios, por uno con sistema de cuarzo. Entonces se pasó a retirar el logo IBM, ya que este no correspondía con la maquinaria. El reloj estuvo en la fachada hasta 1981, fecha en la que fue llevado a Chacarilla de Surco, hasta que finalmente en 1991 fue trasladado a la actual sede de la Casa Welsch, en la calle Libertadores No 715 en San Isidro. Esta nueva sede lleva el nombre comercial de Cabuchon, por los objetos valiosos que vende, y como un hecho muy poco usual, sigue, desde su fundación, vinculada a un mismo apellido, durante cuatro generaciones y más de 100 años. Su importancia histórica está fuera de discusión (Figura 8).

Interior de la lujosa tienda

El interior de la Casa Welsch, específicamente el primer piso, estuvo montado a todo lujo, y ostentaba en sus escaparates valiosas joyas. Como novedad, tenía una higiénica y moderna máquina para succionar el polvo, para evitar toda probabilidad de contagio por basura u otros desperdicios arrojados al suelo. Se convirtió además en uno de los más importantes centros de reunión de personas distinguidas de la época. (ver Figuras 9, 10, 11, 12 y 13).

El carácter boyante y novedoso del negocio llevó a que en poco tiempo se expanda por el centro de Lima. La sucursal que tenía la Casa Welsch en la Plaza Mayor, bajo el nombre La Esmeralda, fue vendida en 1910 a su gerente Manuel Murguía y al Sr. Kohler, antiguo funcionario de la tienda, lo cual dio origen a la Joyería Murguía. Por su parte, el Sr. Kohler se separó de la firma Murguía, y formó la empresa Zettel y Kohler, también en Lima. Además, el Sr. Kurt Vierlinger, funcionario de Casa Welsch S. A., fundó la Joyería Vierlinger en el pasaje Santa Rosa de la Plaza Mayor. Estos dos negocios tenían una clientela selecta y estaban dirigidos a un grupo social específico: sus productos no podían ser tentados por la clase baja. Durante inicios del siglo XX, dichas tiendas fueron grandes distribuidores de productos que adornaban y embellecían los hogares de la aristocracia local, pero sin llegar a conseguir la popularidad de la Casa Welsch.

Cambios y restauración de la Casa Welsch

El 12 de enero de 1989 el Instituto Nacional de Cultura otorgó a la Casa Welsch la condición cultural de monumento, tal como se publicó en el diario oficial *El Peruano* el 26 de abril de dicho año. A la postre, el ahora Ministerio de Cultura la considera en su inventario de bienes culturales un Monumento de 2do Orden, del tipo Arquitectura Civil Pública, ya que presenta calidades arquitectónicas intrínsecas lo suficientemente importantes para incidir en su protección (Figura 14).

En 1991 la empresa Welsch S. A. decidió retirarse del inmueble para trasladarse hacia su actual sede; sin embargo, esta no quedó completamente abandonada. En 1997 la empresa Sigdelo S.A. adquirió el dominio del inmueble, y al año siguiente el nuevo propietario celebró una compraventa con la empresa Delosi S. A. Ambos compartieron los derechos y acciones, en una proporción de 50 % cada uno. Durante esos años el monumento histórico estuvo a la intemperie, expuesto a la degradación natural de su estructura arquitectónica, ahora más que nunca, pues carecía de un plan de preservación. Un año antes la Municipalidad de Lima hizo un catastro de los inmuebles ubicados en el Centro Histórico de Lima, en el cual la Casa Welsch comprendía la manzana número 0527. En su ficha catastral se registró la existencia de tres pisos: el área del terreno era 552,64 m², mientras que el área construida alcanzaba 2'191,88 m². Asimismo, se identificó la presencia de balcones, 12 predios, y se constató un estado regular de conservación.



Figura 7. Reloj de fachada (década del 40). Archivo personal de R. W. Ehni Timmer.



Figura 8. Reloj de fachada, 2016. Archivo fotográfico del autor.



Figura 9. Interior de la tienda, década del 20. Archivo personal de R. W. Ehni Timmer.

Figura 10. Interior de la tienda, década del 20. Archivo p



Figura 12. Interior de la tienda, década del 20. Archivo personal de R. W. Ehni Timmer.



personal de R. W. Ehni Timmer.

Figura 11. Interior de la tienda, década del 20. Archivo personal de R. W. Ehni Timmer.



Figura 13. Interior de la tienda, década del 20. Archivo personal de R. W. Ehni Timmer.



Figura 14. Exterior del monumento histórico, 1996. Archivo PROLIMA.

La recuperación de este inmueble recién se llevaría a cabo en 2007. El 22 de enero de ese año, la empresa Corredora e Inmobiliaria Loyola S. A. se adjudicó el inmueble, luego de negociar con sus propietarias. Llamativamente a las entonces expropietarias encomendó la responsabilidad de recuperar el inmueble en 2011. Hasta esta última fecha el primer piso y el sótano eran utilizados como tiendas de ropa y de calzado. La nueva empresa propietaria estableció como prioridad recuperar el edificio adecuándolo a las necesidades del presente. Así, el 10 de abril de 2012 obtuvo por parte del Ministerio de Cultura la aprobación del proyecto de restauración, conservación y cambio de uso de la Casa Welsch que presentó, en el cual se resaltaba su importancia en tanto primera estructura metálica en el Perú.

El proyecto consideraba la rehabilitación del monumento mediante intervenciones básicas de restauración y adecuación a nuevo uso, con respeto a la autenticidad del edificio original, tanto a nivel de distribución como de ornamentación, acabados y sistema constructivo, todo sobre la base de las recomendaciones y normas internacionales en la materia, cumpliendo los requerimientos técnicos arquitectónicos y normativos vigentes. El entorno urbano que lo sitúa debía de guardar compatibilidad con los cambios. Uno de los fines del proyecto era rescatar su valor simbólico tanto como su valor económico, debido a que el monumento era más reconocido por los giros de comida que ofrecía que por su importancia histórica. El ambiente enormemente comercial que lo rodea priorizaba la exigencia del mercado de compra y sobre la oferta cultural (Ballart, Fullola & Petit, 1996). Se tuvo presente que el inmueble se encontraba en la Zona ZTE-1, la cual concentra Ambientes Urbano Monumentales y Monumentos de 1er Orden, donde predomina la arquitectura de carácter religioso e institucional. Además, integra la Zona Monumental de Lima, declarada por Resolución Suprema N° 2900-72-ED el 28 de diciembre de 1972.

El proyecto planteado incluía la añadidura de nuevas edificaciones de uno y dos pisos. Las de dos pisos serían de concreto armado, con vigas, columnas y muros de concreto; el techo, ligero, de 20 cm de espesor; la cimentación, zapatas aisladas, combinadas y cimientos corridos, con la consideración de la existencia de una zona de un piso de estructura metálica, con que tenga cobertura, viguetas y tijerales. Paralelamente se eliminaría un muro ubicado en ese mismo piso, de concreto ciclópeo sin armadura. Asimismo, se propuso colocar diagonales metálicas en un eje contiguo para darle mayor rigidez sísmica. La remodelación se ejecutaría totalmente en este piso y parte del sótano.

Entre las implementaciones que se llevarían a cabo se contempló la instauración de un restaurante. Par ello, en el primer nivel, hacia el jirón De la Unión, se dispondría un comedor con una capacidad de 208 comensales, un baño para clientes con discapacidad, un salón de juegos, una cocina, un área de servicio para oficinas, un cuarto de basura, una zona de descarga para un camión mediano y un patio. En el sótano habría un almacén, y un área para el refrigerador y congelador. En el segundo nivel, se ubicarían más baños para los clientes (damas y caballeros) y un espacio de servicio complementario. La circulación vertical se daría por una escalera de servicio en la zona posterior, que conectaría la cocina y el sótano, otra escalera de servicio y una principal.

Una cafetería en el primer piso era otra de las contemplaciones del proyecto. Se dispuso los ambientes de un salón para albergar a aproximadamente 50 comensales por vez y barra de atención. Los baños se compartirían con el restaurante. En los pisos superiores (segundo, tercero y azotea), los ambientes funcionarían como futuras oficinas, para lo cual se haría un trabajo de refacción, mantenimiento o restauración según el caso.

El ingreso del público usuario se daría por dos puertas: una hacia el jirón De la Unión, para la cafetería, y la otra hacia el jirón Ica, acceso para el personal de servicio. Puertas batientes de vidrio serían sus diseños.

Asimismo, para el interior del inmueble se vislumbraba ambientes con cielos rasos a diferentes niveles y formas. Para el comedor y el salón, se planteó el uso de enchapes de madera como celosías en algunas zonas para los muros, y en el resto la aplicación de murales fotográficos de la marca, y pintura de color rojo, gris y blanco. Los servicios higiénicos poseerían un enchape de muros de porcelanato, mientras que para las ventanas y mamparas de la zona de ampliación se consideró el uso de vidrio templado.

Para el material de los pisos hubo dos propuestas: el empleo de porcelanato para el comedor, salón y baño, y cerámicos en el caso de la cocina y áreas de servicio. La ventilación de todo el establecimiento se realizaría por medios mecánicos, mediante el uso de extractores e inyectores de aire, y control del ambiente con aire acondicionado, el cual que se instalaría en las áreas del comedor, de servicio y los servicios higiénicos.

El diseño del proyecto se desarrolló de acuerdo con las exigencias del Reglamento Nacional de Edificaciones, la Norma Peruana de Diseño Sísmico-resistente E030, la Norma Peruana de Concreto Armado E-060 y la Norma Peruana de Cargas E-020. De acuerdo a esta última norma, se propuso emplear una sobrecarga de 250 kg por m² para los pisos intermedios y 100 kg por m² para la azotea.

Meses después, el 27 de agosto, la empresa propietaria gestionó ante la Municipalidad de Lima su interés de realizar modificaciones en el monumento. Sin mucha demora la comuna emitió una resolución de licencia de edificación que permitía a la empresa propietaria ampliar el primer y segundo piso, remodelar el sótano, primero, segundo y tercer piso, y demoler parcialmente la azotea. El área del terreno era de 868.36 m² y el perímetro de 145.93 metros (Figura 15).

El inmueble se recuperó de acuerdo a los lineamientos señalados, luego de ello se procedió a alquilarlo. El lugar privilegiado que ocupa en el centro histórico de Lima atrae a las empresas comerciales que desean conseguir un espacio que arrendar. En agosto de 2013 la empresa Delosi S. A. obtuvo una licencia de funcionamiento de la Municipalidad de Lima para instalar en el establecimiento del jirón De la Unión No 492 el giro de restaurante KFC y heladería. En el mismo mes, la empresa Lasino S. A. también obtuvo licencia de funcionamiento para instalar en el establecimiento del jirón De la Unión N° 498 los giros de dulcerías, fuente de soda y cafetería Starbucks. Los transeúntes acuden con regularidad a adquirir los productos que allí se ofrecen. Sin embargo, pocos son los que reconocen, aún, su majestuosidad arquitectónica. Hay una tarea por saldar.

Reflexiones finales

El uso actual del inmueble no es tan diferente al que tuvo inicialmente, ya que en la actualidad se le sigue asignando una función comercial, aunque el rubro ha variado. Afortunadamente aún mantiene sus tres pisos, sótano y azotea, a pesar de los años transcurridos, el descuido y la falta de mantenimiento que sufrió desde la segunda mitad del siglo XX hasta 2012.

Empero es preciso hacer hincapié en que el valor histórico que tiene y las actividades económicas que allí se desarrollan no guardan la misma prevalencia. El monumento es más conocido por los productos que ofrece que por su historia, como ya se mencionó. Esta prioridad de uno sobre otro debe cambiar, al menos para dar misma importancia a ambos valores, que no son opuestos, sino que pueden llegar a complementarse, por el bien del monumento y del entorno en que se encuentra. Ello, al igual que su conservación para la posteridad, dependerá de la mayor difusión y apropiación de una sociedad que necesita preservar cada elemento que conforma su legado cultural en tanto fruto de una época determinada. Este inmueble permite conocer cómo era Lima a inicios del siglo XX, en relación al fenómeno de la edifica-



Figura 15. Fachada del inmueble, 2017. Archivo fotográfico del autor.

ción de espacios modernos impulsados por capitales extranjeros, y las particularidades de un estilo artístico como el art nouveau.

Es una labor urgente promover la identificación de la importancia del patrimonio histórico edificado. A través de disciplinas como la Historia y la Arquitectura, puede lograrse ese objetivo. Ambas ciencias deben emplearse utilitariamente para beneficio del interés común de la población. No basta con ejecutar proyectos de restauración, que si bien logran salvar del olvido y degradación natural a los inmuebles en cuestión, deben acompañarse de un plan de puesta en valor. De lo contrario, el inmueble no va a ser valorado *per se*. Existen muchos casos en que un inmueble que es patrimonio y cuenta con menos recursos es más famoso que otro que posee una rica historia debido al plan de puesta de valor que se ha ejecutado. La Casa Welsch, afortunadamente, cuenta con elementos suficientes para revalorarla no solo indivi-

dualmente, sino como parte de un entorno monumental. Por ejemplo, está ubicada en el jirón más famoso de Lima, por donde cientos de personas transitan a diario y la ven inmueble, ya sea porque han pasado por allí o porque ingresaron al inmueble a consumir los productos que allí se ofrecen.

Resulta notorio que el centro histórico de Lima carece de un plan turístico que incorpore al patrimonio histórico. Gran cantidad de monumentos como la Casa Welsch están a la espera de que las autoridades respectivas dirijan la mirada hacia esa forma de promocionar la cultura. El turismo patrimonial no es una novedad, solo se necesita de gestores y gente comprometida que quiera trabajar para difundir el legado que ha heredado, mediante un turismo responsable que no solo difunda sino que contribuya a proteger dicho patrimonio.

Desafortunadamente no se cuenta con información sobre si actualmente la Casa Welsch posee un plan de conservación. El proyecto de restauración de 2012 no lo consideraba. No debe esperarse a que suceda algún tipo de desastre o daño para recién tomar conciencia sobre la importancia de contar con un plan. Lamentablemente, debido a que el inmueble es propiedad privada, el accionar del Estado está limitado por esa realidad. Uno de los primeros responsables de preocuparse por su preservación es la empresa propietaria, que debería trabajar de la mano con las entidades públicas pertinentes para diseñar un plan sostenible que mantenga a salvo al inmueble ante cualquier lamentable evento. Hasta el momento todo indica que la empresa es consciente del patrimonio que ha adquirido y que el uso económico actual no daña la estructura interna.

Se espera que el recuento de la importancia histórica y arquitectónica de la Casa Welsch llame la atención sobre los recursos culturales que posee la ciudad de Lima y que no son debidamente puestos en valor. La Casa Welsch no solo es útil para lograr ganancias económicas –valor económico–, su valor histórico aún está por explotarse. La población también consume cultura, solo es cuestión de transmitirla de la manera adecuada, empleando los mecanismos correctos.

Referencias

- Ballart, J.; Fullola, J.; & Petit, M. (1996). El valor del patrimonio histórico. *Complutum Extra*, 6(II), 215-224.
- Currarino Cámere, H. (2008). *Luis Sablich Solera, editor gráfico del Callao, 1905-1930: Catálogo descriptivo de tarjetas postales de época*. Callao, Perú: Gobierno Regional del Callao.
- Flores, A., & Burga, M. (1991). *Apogeo y crisis de la República Aristocrática*. Lima, Perú.: Rikchay.
- García Bryce, J. (1973). *Art nouveau en Lima*. Lima, Perú: Banco Continental.
- Hamann, J. (2011). *Monumentos públicos en espacios urbanos de Lima 1919-1930* [Tesis doctoral]. Universidad de Barcelona, España. Recuperado de https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/1552/00.JHM_INDICE.pdf?sequence=1
- Hernández, J. (2003). La construcción social del patrimonio: selección, catalogación e iniciativas para su protección. El caso del Palacio del Pumarejo. En V. Quintero y E. Hernández (Coords.). *Antropología y patrimonio: Investigación, documentación e intervención*. (pp. 84-95). Granada, España: Junta de Andalucía.
- Klarén, P. (2013). *Nación y sociedad en la historia del Perú*. Lima, Perú: Instituto de Estudios Peruanos.
- Lahor, J. (2012). *Art nouveau*. Nueva York: Parkstone International.
- Lipe, W. (1984). Value and meaning in cultural resources. En H. Cleere (Ed.). *Approaches to the archaeological heritage: A comparative study of world archaeological resource management*. (pp.1-11). Londres, Reino Unido: Cambridge University Press.

- Martuccelli, E. (2000). *Arquitectura para una ciudad fragmentada: ideas, proyectos y edificios en la Lima del siglo XX*. Lima, Perú: Universidad Ricardo Palma.
- Mattos Álvarez, M. D. de (2002a). El tránsito de un siglo. El Art Nouveau. *Casa del Tiempo*, 4(38), 11-20.
- Mattos Álvarez, M. D. de (2002b). Del Art nouveau al Art deco. *Casa del Tiempo*, 4(46), 46-53.
- Muñoz, F. (2001). *Diversiones públicas en Lima 1890-1920, la experiencia de la modernidad*. Lima, Perú: Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú.
- Orrego, J. (25 de febrero 2010). La Casa Welsch. Recuperado de <http://blog.pucp.edu.pe/blog/juanluisorrego/2010/02/25/la-casa-welsch/>
- Parker, D. (2004). Los pobres de la clase media: estilo de vida, consumo e identidad en una ciudad tradicional. En A. Panfichi y F. Portocarrero (Eds.). *Mundos interiores: Lima 1850-1950* (pp. 161-185). Lima, Perú: Universidad del Pacífico.
- Velarde, H. (1978). *Arquitectura peruana* (3era Ed.). Lima, Perú: Librería Studium.
- Villamonte, G. (2005). *Arquitectura y representación ideológica en Lima del siglo XX: Los edificios gubernamentales construidos durante el Gobierno Revolucionario de las Fuerzas Armadas (1968-1975)* [Tesis de licenciatura]. Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú. Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/4635>