

POESÍA AL PIE DE LOS ANDES

No hay otro caso en Argentina, y quizás no exista en el mundo, de un estudio que se haya especializado en arquitectura del vino al punto en que lo hizo Bórmida-Yanzón, tándem autor de muchas de las bodegas más importantes del país. Esta firma resulta de la conjunción, desde hace 44 años, de Mario Yanzón y Eliana Bórmida, nuestra entrevistada en esta oportunidad: arquitecta, docente universitaria, investigadora, conferencista, condecorada por entidades de prestigio (ha obtenido desde el título de Ciudadana Ilustre de Mendoza, su ciudad, hasta el Konex de Arquitectura, entre otras distinciones). *Arquitectura del paisaje* debería llamarse la clase magistral que resulta de este diálogo puesto que es difícil encontrar una manera más acabada de resumir el perfil de la oficina que Eliana co-dirige. Pero ese título ya fue usado... la misma Eliana llamó así a su libro sobre la obra del Estudio, publicado por Larivière y oportunamente reseñado por D&D. Entonces es preciso buscar nuevas etiquetas, y así surgen textura, geología, tradición, enología, experiencia, innovación. Pero también poesía, Mendoza, respeto, naturaleza, identidad. Y a veces las palabras no alcanzan.

¿Cuáles dirías que son los pilares sobre los que se funda la obra del Estudio?

Nuestras obras se distinguen especialmente por su integración al lugar donde se encuentran. Nos interesa más trabajar en una *arquitectura del paisaje* que en una *arquitectura-objeto*, concebida sin relaciones con el contexto físico y la cultura del lugar. La primera forma de proyectar necesita comprender de una manera muy integral el contexto donde se va a insertar la obra. Nos interesa mucho

reflexionar sobre la naturaleza, las actividades que se van a desarrollar allí, las costumbres al respecto, las expectativas de los diversos actores, los imaginarios, las tradiciones correspondientes, las novedades que se busca concretar... Nuestra arquitectura es bioclimática, adaptada a las circunstancias de cada caso. A veces más tradicional, a veces muy vanguardista. Eso depende de lo que busquemos, en acuerdo con los comitentes. Para nosotros la arquitectura tiene valores inmanentes, que están más allá de si son o no testimonios radicales de las tendencias en boga.

¿De qué manera interpretar el entorno para realizar una arquitectura que lo respeta?

Esto es muy evidente en nuestros proyectos de nuevas bodegas, que incorporan turismo y son parte de la identidad de las marcas. En ellas la relación con el paisaje es ineludible. Nosotros optamos por no serle indiferentes. Lo profundizamos en todo sentido antes de proyectar. Para poner ejemplos, te hablo de dos experiencias: las que hemos hecho en Mendoza –Salentein, Séptima, O. Fournier, Diamandes, Vistalba, Atamisque, entre otras– son obras andinas, tienen ese carácter. Las hemos concebido para situarse en las llanuras inmensas y áridas que están al pie de los Andes cuyanos. Aquí los suelos tienen profundos rellenos de piedras que vienen de la erosión de las montañas y estos materiales macizos, austeros, están en todas partes, a la vista. En el paisaje natural se expresa un tiempo geológico impresionante, que marca y define su carácter. También el desierto, con sus plantas leñosas y espinosas, sus hojas diminutas en sutiles gamas de grises y ocre... Nuestra arquitectura usa los materiales del lugar, aprende de su paleta de colores, juega con las texturas, las



luzes y sombras aprovechando la intensidad del sol, crea espacios negros, penumbrosos o encandilantes, recorta visuales del paisaje para domesticarlo, crea plataformas y primeros planos para dar escala humana a esa inmensidad... Usamos muchos recursos sensoriales para que los visitantes tengan experiencias intensas del carácter local. Paralelamente pienso en la bodega Garzón, que hicimos en Uruguay, en un paisaje muy distinto, de suaves colinas verdes que cubren el macizo rocoso del escudo de Brasilia, una de las formaciones más antiguas del planeta. Aquí exploramos el lugar hasta descubrir un sitio con cárcavas que nos permitiera semi enterrar las naves industriales, muy voluminosas, y en cambio desarrollar todos los espacios de sociabilidad encadenados sobre los balcones de las colinas, para tener vistas hacia todos lados con las viñas abajo. El carácter del lugar también se puso en valor excavando, para hacer laberintos subterráneos entre las rocas que *sudan* agua. Las cavas de vinos aprovechan esta humedad natural ventilada y fría... Los visitantes no olvidan la experiencia del lugar.

Mendoza y el vino, ¿cómo se ha ido forjando esta inevitable especialidad?

Mendoza hace vino desde el siglo XVI, cuando empezó la colonia. Heredó la tradición mediterránea de España, de Italia, de Francia y sin desconocerla nunca, fue trazando su camino propio a lo largo del tiempo, adaptándose a las características del suelo, el clima, los recursos disponibles. Siempre tuvo pasión por las viñas y el vino, hizo esfuerzos por superarse y trascender y hoy esos resultados están a la vista. Con nuestra arquitectura nosotros hemos contribuido a abrirle las puertas a una nueva era, la del mundo globalizado, que requiere bodegas distintas a las

del pasado, tanto por los cambios en enología como porque son centros abiertos a los visitantes. El enoturismo es un fenómeno revolucionario en la cultura del vino porque busca experiencias. A eso nosotros agregamos el disfrute intenso del paisaje y la arquitectura. Con estos proyectos aprendimos a hacer una arquitectura del paisaje, fuertemente sensorial, identitaria, irreplicable. ¿Te imaginás repetir siempre los mismos planteos para todas las marcas que nos contratan? ¡Sería un suicidio profesional!

Bodegas muy tradicionales se han animado a construir edificios de verdadera vanguardia con ustedes. ¿Ha sido difícil llevar hacia la contemporaneidad a esta industria o, por el contrario, ha sido permeable a la innovación propuesta?

En este punto tengo que hacer un rodeo antes de contestar, para explicarte cómo empezó esta nueva arquitectura del vino, porque hasta hace unos veinte años los arquitectos no hacían bodegas ni en Mendoza ni en el mundo; ese no era tema de arquitectura, las proyectaban los ingenieros, los enólogos, los agrónomos... Y así sigue siendo en varios lugares; pero entre nosotros ocurrió algo diferente. Aquí existe un anhelo de innovación que flota en el aire desde hace tiempo, basado en nuevos paradigmas, como los de la globalización, la sostenibilidad, la ecología; y los empresarios, enólogos y agrónomos, comparten la voluntad de actualizarse para estar a la altura de estos tiempos. Estas inquietudes aparecieron aquí tempranamente, a mediados de los ochenta, cuando algunos pioneros marcaron presencia y sentaron nuevos modos de actuar en esta agro industria. Reconvirtieron viñedos, sustituyeron tecnologías agrarias y enológicas, mejoraron notablemente sus productos para competir en los mercados internacionales y



Casa Ch Mendoza

comenzaron a posicionar muy bien sus vinos. Pero destacarse y posicionarse en ese vasto horizonte de productos de alta calidad no es sencillo y entonces las marcas apelaron a recursos complementarios para darles valor e identidad con las etiquetas, el packaging y la comunicación. En ese marco, favorecido luego con la llegada de internet, algunos lúcidos empresarios comenzaron a tejer redes internacionales, a promocionar sus viñedos mendocinos y a invitar a críticos de vinos y a formadores de opinión a visitar Mendoza. Fue necesario entonces intervenir arquitectónicamente estos lugares, que no estaban a la altura de las circunstancias. Al principio nos llamaron para hacer proyectos efímeros, para ambientar situaciones y resolver funciones nuevas, siempre con muy pocos recursos. Lo que hacíamos entonces todavía no era arquitectura en el sentido tradicional de la palabra. Pero como respondíamos con facilidad a los variados requerimientos y problemas que aparecían, creo que descubrieron que los arquitectos podíamos ayudarlos a proyectar, en equipo, sus bodegas. Y así fue. A fines de los noventa ya estábamos contratados por Salentein. En este proyecto se nos dio amplia libertad para crear un concepto de base para la identidad de esta marca nueva que se establecía en el Alto Valle de Uco. Con un equipo interdisciplinario trabajamos en el proyecto enológico y paralelamente creamos el concepto de una bodega moderna, fuertemente vin-

culada al paisaje y orientada al disfrute de experiencias del lugar, tanto de su naturaleza como de su arquitectura. Los espacios interiores, de una escala fuera de lo común y con aptitudes sensoriales extraordinarias, nos permitieron crear algo realmente innovador que trajo otros importantes encargos en los años siguientes. En Séptima, nuestra segunda obra, innovamos con un planteo lineal de cajas con un potente muro de rocas que controla la inercia térmica del norte y le da un tremendo carácter. En O. Fournier hicimos un conjunto descentralizado para ser levantado en etapas. Es el proyecto más impactante por su forma estructural y funcional, basada en una gran lógica no convencional... Así siguieron otras.

¿De qué manera construir una identidad arquitectónica propia, regional?

Hoy, en mi opinión, los planteos de gran parte de la arquitectura internacional y de la arquitectura argentina en particular parecen demasiado academicistas. Se ha llegado a definir una versión de *estilo clásico contemporáneo*, con las cajas y los rectángulos definidos a priori, donde debe caber todo el programa y que pueden posarse como artefactos extraños en los paisajes. Esto es exactamente lo que pasó en la historia con el modelo del templo con frontón triangular y óculo, que después servía para todo. La modernidad restableció ese ideal universalista y las escuelas se encargaron de hacerlo un credo; hoy con estas rígidas



Bodega Séptima



Cava Bodega Salentein

posturas se enseña a valorar sólo ese tipo de proyectos. Así, con esa indiferencia e insensibilidad hacia los valores locales y a su carácter, no se puede construir identidad regional. Pero en la historia de la arquitectura hay ríos subterráneos que afloran cíclicamente, rompiendo moldes, dando más libertad creativa y es generalmente la naturaleza, a través de diferentes conceptualizaciones, la que va permitiendo nuevos ímpetus de cambio.

¿Están en contacto con oficinas de arquitectura del mundo que compartan su especialidad? ¿Qué tipo de reflexiones surgen de estos intercambios?

En el mundo no hay estudios que hayan tenido tanta obra de estos temas como nosotros –hemos construido más de treinta bodegas con esta visión. Hay bodegas nuevas muy interesantes, de grandes estudios internacionales que excepcionalmente han tocado este tema.



Restaurante Bodega O Fournier

Cuando se publica el repertorio reducido de las bodegas arquitectónicamente más reconocidas de la actualidad, siempre aparece incluida una nuestra... A veces nos cuesta creerlo, pero el mundo global es así... Las obras reciben muchos colegas visitantes. A menudo nos invitan a presentar nuestra obra en universidades o en colegios de arquitectos. Conversamos mucho. Se sorprenden. La arquitectura de la producción industrial mezclada con naturaleza y turismo no es un tema habitual y es bastante inesperado que un lugar del interior argentino tenga esta arquitectura.

Por fuera de la especialidad en la arquitectura del vino, ¿realizan otro tipo de proyectos?

Claro que sí, las bodegas nos trajeron proyectos de resorts, como The Vines Resort & Spa y el Lodge Atamisque, ambos en Mendoza. Productores buscan complementar su actividad con servicios de sociabilidad, hospitalidad y turismo. Hemos trabajado para una destilería de ron en Panamá, para aceite de oliva en Uruguay –Colinas de Garzón– y para cerveza: hace unos meses terminamos Patagonia, en medio de bosques frente al lago Moreno. Una planta muy innovadora, con la mejor tecnología ecológica y un brew-pub de madera, vidrio y acero totalmente integrado a la naturaleza. Las viviendas también son un tema constante, especialmente fuera de la ciudad, en barrios cerrados o en viñedos. El manejo de la arquitectura del paisaje nos identifica y nos llegan esos encargos.

¿Qué parámetros ponen en juego en arquitectura residencial?

Sencillez, funcionalidad, estética, sensorialidad. Sencillez porque buscamos la máxima síntesis a partir de conceptos claros, con carácter. Funcionalidad porque no hay mayor lujo que la comodidad, la practicidad, la lógica en las distribuciones espaciales, las dimensiones... Sensorialidad porque las personas somos seres sensibles y necesitamos habitar lugares que nos estimulen los sentidos para sentirnos vivos. Los recorridos y estancias en los espacios deben ser experiencias placenteras donde se debe manejar muy bien la luz y la sombra, los sonidos, los aromas, lo táctil. Estética porque todo lo anterior se resuelve en proyectos donde manejamos escalas, proporciones, composiciones, detalles... Innovamos bastante en los planteos, trabajamos mucho en la interpretación de las personas que van a vivir nuestras obras.

¿Como está integrado el estudio?

Con Mario Yanzon, mi socio, dirigimos un equipo de unos 20 profesionales, organizados en grupos más chicos para los diferentes proyectos. Cada obra tiene un jefe de proyecto y también hay un coordinador general, que es Alejandro Grinberg. Como formamos el estudio en 1972, hace 44 años, el equipo ha

ido cambiando mucho, tanto de personas como de modos de trabajo. Personalmente me preocupo por que haya una capacitación permanente y soy muy exigente en el desarrollo de los trabajos.

Siempre un foco de atención en D&D, ¿realizan diseño interior y de equipamiento?

No concibo la arquitectura desintegrada del diseño interior y del equipamiento. Cuando era muy joven trabajé un tiempo en la fábrica de muebles Only y fui profesora de equipamiento y diseño de interiores en la facultad. Siempre he trabajado en estos tres campos de manera conjunta. El diseño interior nace con nuestra arquitectura, no se inserta después. Trabajamos con profesionales asociados, según las obras. Los tiempos de la arquitectura, del diseño interior y del equipamiento son muy distintos y prefiero delegar, pero integrando. Mi hija Luisa, arquitecta, ha tomado la posta en el tema del diseño interior en nuestro estudio, aunque se está organizando de manera independiente. Es directora regional de DARA en Mendoza. Su tarjeta dice *byL*, que un poco refleja sus antecedentes familiares, pero afirma su autonomía. Estoy feliz por su decisión porque valoro mucho este espacio profesional; el diseño argentino tiene un nivel excelente. ■

