

ARQUITECTOS DE BODEGAS

POR MARIANO VIDAL FOTOS: THE NEW YORK TIMES

De Mendoza al mundo. El trabajo de los argentinos Eliana Bórmida y Mario Yanzón cambió la forma de concebir las bodegas. Con diferentes intervenciones en el paisaje y la cultura del área, crean verdaderas experiencias para disfrutar con una copa en la mano.



Tienen dos pasiones –casi dos pulsiones– que los atraviesan: el buen vino y la arquitectura. Y, sin duda alguna, su gran acierto fue maridarlas. Al hablar, entran y salen de ambos temas con una naturalidad que asombra, los entrecruzan, se turnan para comentarlos,

se agregan detalles el uno al otro. Y así, desde hace más de treinta años se dedican a la tarea de imaginar y levantar bodegas que sean puntos de encuentro.

Eliana y Mario son los fundadores del Estudio Bórmida & Yanzón, responsables de algunas de las obras más destacadas a los pies de la cordillera argentina, en las que combinan la tradición, la geografía y la vanguardia, un trabajo que

resulta en espacios únicos donde la propuesta es disfrutar mejor entre copas. Juntos no solo crearon lugares, inventaron una categoría nueva de experiencias. Son los arquitectos del vino.

El apellido de ambos se volvió una referencia en la provincia de Mendoza, donde han trabajado en una treintena de proyectos. Navarro Correas, Norton, Rutini o Nieto Senetiner son algunas de



las etiquetas que los convocaron en los últimos veinte años para repensar sus espacios y atraer a los miles de turistas que cada año peregrinan a las tierras donde nace la vid.

Esta tendencia, que se define como enoturismo y que cada año convoca a más interesados en vivir la experiencia completa que ofrece el vino, viene en aumento desde los 2000. Fue un proceso de

reconversión de espacios industriales, tinglados y galpones productores de botellas, hasta alcanzar verdaderas obras monumentales que vale la pena conocer. Una suerte de museos que invitan a vivir la experiencia de descorchar.

¿Cómo era la industria del vino cuando comenzaron a trabajar?

Eliana: Cuando uno vive en un lugar

donde el vino ya es una tradición y forma parte de la cultura, no toma mucha consciencia la situación histórica en la que se encuentra. De hecho, se da cuenta después. Nosotros empezamos a estudiar en la universidad la historia del vino en la región. En Mendoza la vitivinicultura comenzó cuando llegaron los españoles. Hasta entonces había sido una vitivinicultura preindustrial, do-



Museo Killka, Bodega Salentein, Mendoza.

El complejo, que reúne a la bodega, al centro de visitantes Killka y la Capilla de la Gratitude, se extiende en paralelo a la Cordillera de Los Andes, rodeado de una reserva natural de flora y fauna.

mística, que se daba en los conventos o en las viviendas de la gente. A fines del siglo XIX y hasta 1930, con los cambios en la organización nacional, se dio una revolución en las actividades de la región. Mendoza dejó de producir alfalfa y trigo para reconvertirse a olivícola, frutícola, vitivinícola. Las bodegas cambiaron radicalmente, se volvieron maquinizadas y llegó una enología científica. Luego se hicieron lugar el hierro, el vidrio y el cemento en reemplazo del adobe y las maderas del lugar. Eso fue una revolución. Pero años más tarde empezó una lenta crisis. Fue en la década del 60, porque se había optado por un tipo de vino que quería cubrir el mercado nacional con menor calidad. Y el vino bueno no era el objetivo principal, se habían volcado a uno masivo. Por eso se reconvirtieron viñas a cepajes más productivos. Las uvas que no tenían ese nivel, como el malbec, se erradicaron.

¿Qué cambió en esa Mendoza para convertirse en la meca que es hoy?

Eliana: A fines de los 90 ya estaba en marcha una nueva revolución vitivinícola que había despertado de la mano de la globalización. Argentina entró en los mercados internacionales aprovechando ese conocimiento y la buena formación enológica que poseía. Por eso, cuando llegó esa alternativa de entrar al mercado internacional del vino se produjo otra revolución. Los inversores extranjeros se interesaron por venir, los inversores locales se metieron también en el negocio. Y en forma paralela, se hizo mucha transferencia de conocimiento, algo que se vio en los enólogos que viajaban al exterior a capacitarse.

Y dentro de todo eso surgió el enoturismo, que recién se estaba empezando a ver en el mundo a fines del siglo XX. Europa tenía un desarrollo de conocer chateaus o villas italianas vitivinícolas, pero en ningún lugar había tenido una especificidad. Es decir, habían sido parte de la cultura de esos lugares, y eran sitios que se iban a visitar, como tantas otras

cosas. Pero cuando llegó a la Argentina tuvimos mucha injerencia nosotros, porque ayudamos a darle un enfoque a la enología relacionado con el paisaje cultural: de dónde sale el vino, en qué tierra se desarrolló, cómo es ese lugar, la cultura su gente. Así se dio forma a una variante que se reflejó luego de forma muy completa en las bodegas.

Unidos por una pasión. A Mario Yanzón la vocación le llegó en su infancia, entre los juguetes de barro y las piezas de construcción que lo desafiaban a armar y desarmar objetos para pasar las tardes en la bodega familiar. Allí comenzó el amor por las situaciones arquitectónicas, uno que se fue acrecentando con el paso del tiempo.

Por su parte, para Eliana Bórmida, criada en la ciudad, los libros y la historia fueron la manera que encontró para explorar el universo. Allí se fascinó con la historia y la cultura, y cómo ambas se cruzaban para narrar otros mundos.



“

**EL VINO ES
UNA BEBIDA
MISTERIOSA,
TIENE VIDA EN
LA BOTELLA.”**

...



También por el dibujo. Pero fue en un viaje al exterior donde todas aquellas inquietudes se condensaron y la llevaron a anotarse en la Facultad de Arquitectura.

Años más tarde, en 1972 Yanzón y Bórmida fundaron juntos su estudio, con una impronta pensada en la sustentabilidad, la identidad regional de los proyectos y el aprovechamiento de los materiales que otorga el territorio y su fuerza.

Ya con una trayectoria en la provincia, el final del siglo XX los encontró como una de las puntas de lanza de la revalorización de las viñas cuando estas debieron comenzar a recibir visitantes.

Aunque el punto de quiebre llegó cuando un grupo de inversores holandeses confió en ellos para construir nada más y nada menos que la bodega Salentein, una obra pionera ubicada a 140 kilómetros de Mendoza capital, que marcó un rumbo para el resto de la viticultura de la región.

Allí conformaron un equipo interdisciplinario que trabajó en el proyecto enológico y paralelamente creó el concepto de una bodega moderna: fuertemente vinculada al paisaje y orientada al disfrute de la naturaleza, del vino y de la arquitectura.

Desde su profesión, ¿qué aporte puntual sienten que hicieron ustedes a este boom como estudio? Porque se crearon un lugar de “arquitectos de bodegas para recibir experiencias”.

Eliana: Hay una palabra importante que es “experiencia”. Antes no existía. En el fondo, tener una experiencia era una consigna un poco abstracta, no se entendía qué implicaba. Se comprendía que la arquitectura no podía quedarse solamente en un tema de un problema de diseño de objeto arquitectónico, sino que debía desarrollar proyectos que aportaran algo más comprensible para el visitante. Lo comprensible pasaba por las emociones, la sensorialidad. Y

nuestra conciencia vino con nuestras primeras obras de arquitectura efímera, al crear lugares donde los propietarios de bodegas recibieran a empresarios o periodistas extranjeros.

Fue entonces que se nos ocurrió ambientar afuera, en fincas, en parques, con la vista a la cordillera y también algunos lugares adentro. Así nos dimos cuenta de que apelar a la emoción del visitante era fundamental. Eso introdujimos en las bodegas, un trabajo que surge de lo que los enólogos e industriales dictan, pero que en la recepción, el visitante experimenta como una experiencia que conjuga luz, color, sonido, aromas. Es decir, trabajamos sobre aquella percepción integral que conduce a una percepción final.

A la hora de encarar un nuevo proyecto, ¿cuál es el primer detalle en el que se fijan?

Mario: Lo primero que estudiamos es la tierra donde se va a hacer la obra. Se lleva adelante un estudio de ideas, que pretende tratar la zona, cuáles son sus tradiciones, cómo es la gente. Uno empieza a descubrir contenido con las ideas conceptuales y a ver cuáles son los potenciales que tiene, sean geográficos, culturales o climáticos. Tratamos de descubrir estas potencias para desarrollar una idea de arquitectura donde se puedan volcar los primeros conceptos que son vectores para el proyecto final.

Eliana: No partimos de pensar en un objeto arquitectónico, sino más bien que eso va surgiendo al interpretar las condiciones del lugar y lo que vamos trabajando con los recursos paisajísticos, económicos o de accesibilidad. Eso permite tener una percepción sensorial y física. Lo estudiamos también desde una foto aérea, o de varias satelitales, evaluamos el contexto donde está ese lugar, las tendencias, el futuro, qué pasado tiene. Ayuda muchísimo a las bases conceptuales como paso previo a las bases formales. Así se arma una estructura del problema, sitio y circunstancias. Después, con respecto a lo morfológico, se arma un trabajo en equipo, no puede ser arquitectura solamente.

Tiempo de siembra. Después de la obra de Salentein, apareció el proyecto de la bodega Séptima y luego Alfa Crux (Fournier). Con esos antecedentes, en pocos



“
**SE NOS
OCURRIÓ
AMBIENTAR
AFUERA, EN
FINCAS, EN
PARQUES, CON
LA VISTA A LA
CORDILLERA.”**

...

EL VINO Y LA EXPERIENCIA CUESTIÓN DE TIEMPO

Desde que se cosecha y se elabora hasta que finalmente llega a la copa, el vino adquiere una vida propia que se estira en el tiempo. Y a medida que pasan los meses e incluso los años, más misteriosa se vuelve. Mano de obra, clima y tierra impregnan con su sello e historia cada botella.

años, el estudio Yanzón & Bórmida estuvo relacionado a algunos de los proyectos más desafiantes y vanguardistas de la provincia. Y también comenzaron a aparecer propuestas en Brasil y Uruguay, en hoteles, posadas e incluso en complejos agroindustriales relacionados con el aceite o el ron. Como broche de oro, en el sur del país, la cervecería Patagonia se encomendó a su visión para desarrollar el pub Km 24,7 del Circuito chico de Bariloche, un punto en medio de la montaña que se convirtió en parada obligada para quienes visitan la ciudad del esquí.

Ala par, también llegaron los premios de la Red Global Great Wine Capitals of the World, una red mundial de ciudades que comparten valores económicos y culturales: ser regiones vitivinícolas internacionalmente reconocidas. Además, el Centro de Visitantes Killka, en Bodega Salentein, destinado a recibir, informar, recrear, educar y servir a los visitantes que llegan a la bodega, interesados en conocer cómo se manejan los viñedos, cómo se elabora el vino y en tener diversas experiencias y actividades propuestas por la empresa, ha sido incluido en el Atlas Phaidon de la arquitectura mundial del siglo XXI. En 2012 la Fundación Konek les otorgó un reconocimiento por su trabajo en el quinquenio 2002-2006. Y cada año, sus proyectos suelen recibir elogios entre las revistas vinícolas, de arquitectura o de turismo.

En ese mapa global del enoturismo, ¿qué distintivo particular tiene Mendoza a diferencia de otras mecas más antiguas como España o más tecnológicas como California?

Mario: Una de las cosas más importantes fue la arquitectura y lo que hicimos. Fue un gran trampolín de la industria vitivinícola para proyectarse en el mundo, empezamos a ser una de las capitales en el mundo. Mendoza justamente tiene una gran iniciativa privada y distintas posibilidades de expresarse. Algunos ejemplos de esas manifestaciones son las fiestas como la vendimia, situaciones culturales como los conciertos de Semana Santa, la música clásica y el tango en los caminos del vino, el rally de las bodegas o las competencias gastronómicas. La gastronomía en Mendoza pegó un salto. Justamente cuando llegó el vino, no se podía quedar atrás. Fue otra



Valle de Uco

Vista del restaurante de la bodega Alfa Crux, diseñada por el estudio Bórmida & Yanzón. Está en el departamento mendocino de San Carlos. En el fondo, la Cordillera.

de las grandes experiencias que tuvo a diferencia del resto del mundo: el maridaje de vino con comidas. Formamos parte de la gran cultura del mundo.

Eliana: Hubo un momento donde los museos estaban en crisis, muchos de ellos habían tenido que cerrar. Y las bodegas se hicieron cargo de eso. Saltein inauguró una galería de arte, un museo contemporáneo con colección propia que se dedicó a hacer muestras temporarias. Y se fue instalando otra vez el tema de vino y el arte, un camino que transitan juntos. Es lógico asociarlo con ese arte. En las presentaciones de arte aquí siempre hay un anfitrión: el vino, está presente en nuestra cultura para todo. Se siente, no es un producto más de la provincia que uno se lleva al pasar cuando viene de visita. Mendoza es vino.

¿Qué tiene el vino que permite convertirlo en una experiencia?

Mario: Es una bebida misteriosa, tiene vida en la botella. Desde que se cosecha y se elabora hasta que el vino finalmente llega a la copa, adquiere una historia propia que se estira en el tiempo. Y a

medida que pasan los meses y los años, más misteriosa es. Puede tomar valores espectaculares o arruinarse. Entonces siempre genera una expectativa, un festejo. No es lo mismo que una cerveza o gaseosa, productos que son siempre iguales. El vino en Mendoza no es el mismo de Francia, no es el mismo de California, ni el de San Juan o Catamarca. Son diferentes en terroir, combinación

de mano de obra, clima y tierra. En ese sentido, las tres patas que varían en cada zona del mundo hacen que en cada lugar se tome un vino diferente.

Eliana: El vino no se hace en una bodega, nace en la tierra, en un paisaje cultural, en una geografía que tiene su particularidad diferente y su atractivo. Mendoza es cordillera, desierto, nieves que se derriten en verano, cursos de agua superficiales y subterráneos que se transforman en un oasis. Hay un argumento sobre lo que hizo el hombre en esta tierra, cuenta una historia. Es una arquitectura que está en el lugar productivo, hay un paisaje de la producción. Y hay otro aspecto, la sociabilidad del vino, capaz de fomentar un vínculo de humanidad intenso. Si uno toma una copa con otra persona y conversa, seguro surge una charla más personal, más íntima. El vino afloja el acartonamiento, despierta alegría. Invita a disfrutar de momentos, de relaciones humanas y las vuelve memorables. Son aspectos que dan la pauta de por qué la gente busca experiencias de este tipo. ■

“
**APELAR
 A LA EMOCIÓN
 DEL VISITANTE
 ERA CLAVE.**”