

# Arquitectura en el mundo del vino: maridaje de funcionalidad y comunicación

*María Merino Bobillo*

*Universidad de Valladolid, España.*

*maria.merino@hmca.uva.es*

## Resumen

La arquitectura contemporánea de ciertas bodegas españolas es una clara muestra de la nueva sensibilidad empresarial. Con sus diseños espectaculares pasan de ser lugares de producción a ofrecerse como objeto de cultura y turismo. Se planifican en simbiosis con el paisaje en el que se insertan, camuflándose con él. Con este modo de hacer, no sólo construyen un edificio sino un mundo nuevo por el modo de relacionarse con la elaboración del vino, el entorno natural y las capacidades humanas. Comunican valores y escriben una nueva cultura.

**Palabras clave:** Arquitectura, bodegas, cultura corporativa, comunicación, ecología, valores humanos.

## Architecture in the World of Wine Art, Branding, Functionality and Tourism

### Abstract

Contemporary architecture in certain Spanish wineries represents an outstanding feature of a new business sensibility. The spectacular buildings offer something else than production sites by offering objects of culture and tourism. They are built in symbiosis with the landscape in

which they are inserted, camouflaging with it. In this way, the owners of contemporary wineries do not only set up plants to process grape but a new world in which these architectural models relate to industry of wine, the natural environment and the human aptitudes. They communicate values and write a new culture.

**Keywords:** Architecture, wineries, corporate culture, communication, ecology, human values.

## 1. INTRODUCCIÓN

España es uno de los grandes productores mundiales de vino y el país en la Unión Europea, con mayor extensión de viñedo, según el informe elaborado por el Observatorio Español del Mercado del Vino 2014. En su territorio se registran 82 Denominaciones de Origen Protegida, de las cuales dos son Denominaciones de Origen Calificadas, 67 Dominaciones de Origen, 9 Vinos de Pago y cuatro Vinos de Calidad con Indicación Geográfica. A ellas hay que sumar la producción de vino de mesa que no se ajusta a los estándares reguladores. Resulta difícil conocer el número exacto de bodegas existentes, pero se estima que en el 2009 rondaban las 7.000 bodegas. En los últimos 20 años el mundo vitícola ha conocido una fuerte crecimiento y una evolución tanto en el cuidado de todo lo que hace referencia al cuidado de la vid, la viticultura, como a la mejora y modernización de la vinificación, a su comercialización y hasta el modo de construir las bodegas, encargadas a prestigiosos arquitectos tanto locales como internacionales.

La calidad de un vino viene determinada en primer lugar por factores naturales. Lo determina primordialmente el territorio en el que se encuentran los viñedos, en el que se dan una serie de factores que condicionan el cultivo: las características del suelo, la temperatura, la pluviometría y la exposición solar. En segundo lugar el tipo de uva utilizada, pues recibirá de diferente manera todos esos impactos de la naturaleza. A continuación interviene la mano del hombre con un oficio que fluctúa entre lo científico y lo artesano. De la sensibilidad y el conocimiento del enólogo, depende los principales pasos del proceso de vinificación: la elección del momento de estrujado de la uva, la fermentación del mosto, la crianza, el embotellamiento. Un conjunto de trabajos que se realizan en un espacio, la bodega, que a su vez requiere de zonas que reúnan diferentes condiciones de temperatura y humedad.

A la funcionalidad que requieren esos lugares donde se produce la vinificación, se une el aspiración estética de los bodegueros, o la necesidad de sobresalir en el mercado a través de unos edificios impactantes que hagan el rol de *packaging* de calidad, o el deseo de asimilarse a los valores predominantes. En estas líneas haremos una breve descripción de algunas bodegas de la primera década del siglo XXI que sobresalen por sus arquitecturas, con el fin de poder leer en sus diseños, los valores que subyacen en las empresas.

## 2. EL VINO EN SUS BODEGAS

El vino ha acompañado el deambular de la humanidad desde sus albores. Unwin (2001) asegura que desde el neolítico, como se desprende de los fósiles hallados con semillas de uva de aquella época. Se trata de una bebida legendaria que resurge con nuevas formas en el siglo XXI. Lo hace en las múltiples facetas que van de su producción al modo de comercializarse y consumirse, pasando por la concepción que tiene de sí mismo, su conversión en un producto cultural y hasta las envolturas con las que se presenta. Una de ellas es la arquitectura de las bodegas que ha conocido una auténtica revolución desde hace un par de décadas.

Al hablar de bodegas nos referimos a ese espacio donde se elabora y conserva el vino. Con esta obvia definición queremos señalar que su formato e instalaciones deberían ajustarse primordialmente a las necesidades de su elaboración, conservación y crianza. Por ello, en muchos lugares se aprovechan las condiciones orográficas para excavarlas en cuevas, como en La Rioja, o el desnivel del terreno para adentrarse en la tierra y conseguir así una temperatura y un grado de humedad adecuados y estables que requieren ciertos vinos, como sucede en el interior de la Península. Los que no precisaban de esas condiciones se instalaban en superficies llanas como los vinos de Jerez o en La Mancha. Cuando se extiende la costumbre de la crianza en barricas, las bodegas se expanden porque precisan otro espacio más allá del lagar. Junto a estas necesidades básicas se encuentran otras como las que se derivan si se realiza en ellas el embotellamiento. En todo caso, las instalaciones guardan una relación estrecha con su funcionalidad de producción de bebidas. Son lugares de trabajo que tradicionalmente no han tenido otra pretensión que darle cobijo, salvando que se encontrasen anexionados a un lugar señorial muchas veces en forma de castillo, al estilo de lo que sucedió en Burdeos a finales del siglo XIX.

El gran cambio se ha producido a finales del siglo XX cuando las empresas vitivinícolas asumen la importancia de la imagen corporativa como factor determinante en el comportamiento de los clientes. La imagen está formada por la suma de atributos y valores que son percibidos por las personas desde fuera de la empresa (Costa, 2006). Se trata de un concepto subjetivo, una representación mental, pero nace de los objetivos como son los atributos y valores de las empresas, por lo que cabe la capacidad de gestionar la imagen y posteriormente la reputación a través de políticas funcionales, de reforzamiento de la cultura empresarial y de la comunicación (Villafañe, 1999). En este contexto se sitúa el afán de las bodegas de destacar por medio de unas arquitecturas singulares que les sirva para posicionarse en relación con las competidoras (Sanz de la Tajada, 1999). Dotar de estilo al edificio que las alberga es como envolverlas en un *packaging* estructural, definitivo, no efímero. Diferencia a la bodega, dotándole de una identidad específica. El edificio se convierte en reclamo y potente medio de comunicación. En definitiva ayuda a construir la imagen de marca.

Por otro lado, el posicionamiento de la marca pasa hoy por su capacidad de provocar emociones. Se habla de posicionamiento emocional cuando, más allá de la objetividad de los atributos, la marca es capaz de generar un sentimiento positivo (Aaker, 1996). Entre esas emociones y sentimientos se encuentra el ecológico. La preocupación por el medio ambiente y el amor a la naturaleza configuran parte importante de la sensibilidad contemporánea. Por ello muchas empresas incorporan en su cultura corporativa valores relacionados con lo ecológico no como táctica sino como estrategia. Las marcas se convierten en la ocasión de experimentar sensaciones positivas relacionadas con la naturaleza que van desde la sensación agradable de aportar algo a la sociedad, la auto-expresión a través del consumo ecológico, a las experiencias emocionales relacionadas con la naturaleza (Hartmann, Forcada, Apaolaza, 2004). Esto es lo que favorecen las marcas de vino abriendo sus instalaciones a las visitas. Les ponen en contacto con el producto con el que trabajan, que es natural y se produce en el medio rural –los viñedos y la climatología– y explican el respeto e incluso el mimo con el que elaboran el vino. La posibilidad de recibir *in situ* esa información favorece que se genere el sentimiento positivo creíble, que además satisface.

El enoturismo o turismo del vino, en el que se dan cita el vino, el ocio y la cultura, está conociendo una gran expansión. Consiste en aquel tipo de turismo que se nutre de los recursos vitícolas y de todo cuanto le

rodea: conocimiento de la producción, experiencia directa, edificaciones, patrimonio, catas, terapias, conocimiento del entorno rural, descanso rural, etc. Se viene estudiando desde hace dos décadas como señala Elías Pastor (2006) que tras citar a varios autores recoge la definición oficial dada por la Australian Wine Tourism Strategy (2000): consiste en visitar las bodegas y las regiones vitícolas así como conocer los modos de vida de aquellos lugares. Obviamente se encuentra muy relacionado con el entorno rural. Pero aún estando en boga en la actualidad, Pastor sostiene que hunde sus raíces en costumbres sociales fuertemente arraigadas en las zonas vitícolas. En aquello caso, más que uso se ofrecían como lugares de ocio y reunión social en verano, donde se comía algo alrededor de un vaso de vino.

Uno de los hitos en la evolución del enoturismo es lo que podríamos calificar como el desbordamiento del concepto de bodega, el afán por presentarlas no como un lugar de trabajo, sino como un espacio cultural. Esto se refleja de diversas maneras. Desde la creación de instituciones a las que se denomina Museo del Vino e incluso Ciudad del Vino, a la oferta de rutas de turismo relacionadas con el entorno vitícola y últimamente a la opción de un tipo de arquitectura monumental que se aleja mucho de responder sólo a las necesidades de elaboración y crianza. Las bodegas comienzan a pensar no solo en la funcionalidad de sus instalaciones, sino también en la estética y en la capacidad de comunicación visual que les ofrece su arquitectura. Surge así la idea de encargar a arquitectos de prestigio, el diseño de lo que hasta entonces había sido un lugar de producción, para convertirlos en destinos turísticos y culturales.

Ciertamente ya existían referentes de grandes arquitectos que dotaron de bellas estructuras a las bodegas. En la España de finales del siglo XIX, Gaudí construye las Bodegas Güell en Garraf y pone la primera piedra de un camino que seguirán sus coetáneos. Entre 1915 y 1930 importantes arquitectos diseñan entre Tarragona y Barcelona unos edificios sobresalientes por la belleza y las soluciones técnicas que ofrecían, hasta el punto de que se les denominó como las catedrales del vino. Con este nombre se ofrece hoy una ruta que recorre las más de 50 bodegas de aquella comarca. Sin embargo, la grandiosidad de la arquitectura modernista en el mundo vitícola no fue producto de un prurito estético, sino que surgió como respuesta a la crisis provocada por la filoxera, la plaga que hizo desaparecer gran número de viñedos. Los agricultores unieron fuerzas y se organizaron en cooperativas que precisaron de edificaciones.

En las siguientes décadas, la funcionalidad fue la nota característica de las construcciones hasta 1973 cuando en Logroño se funda Bodegas Olarra. El edificio, obra del arquitecto Juan Antonio Ridruejo, se organiza en una planta en forma de Y griega y destaca por el conjunto de 111 cúpulas hexagonales que le otorga originalidad y belleza.



<http://www.grupobodegasolarra.com/es/olarra>

Casi veinte años más tarde surge Raventós i Blanc, bodega que se estrena con un edificio singular. Jaume Bach y Gabriel Mora obtuvieron con ella el premio FAD de arquitectura en 1989. Su arquitectura presenta tres grandes características: la innovación, el diseño funcional y armónico y la búsqueda de un signo de identidad que reflejase los valores de la empresa. Se trataba de un viejo roble en torno al que se construyó la bodega. Representaba el compromiso con la tierra, la fidelidad y tradición familiar y que pasó a formar parte del logotipo de la sociedad vitivinícola. Cerca de allí, la bodega Raimat conoce una importante reestructuración. Había sido construida en 1918 por un discípulo de Gaudí, Joan Rubió i Bellver. En 1988 se construyó la nueva bodega. El responsable fue el arquitecto Domingo Triay que supo unir funcionalidad y belleza.

De este modo se ha ido preparando el camino para lo que es en la actualidad una explosión de bodegas impactantes arquitectónicamente, de gran belleza, que se están convirtiendo en monumentos artísticos en medio del paisaje rural. Una breve descripción de algunas de ellas, nos servirá de reflexión sobre la finalidad y los significados de su construcción.

### **3. METODOLOGÍA**

Trataremos de realizar una sucinta descripción de diez bodegas construidas en España en los primeros años del siglo XXI y que sobresa-

len por su originalidad. No se trata de un elenco exhaustivo, impensable para el corto espacio de un artículo, sino en una serie de edificios que nos ayuden a comprender el presente y el futuro de la comunicación de las bodegas de vino de calidad en España. Junto a alguna fotografía que ilustre la especificidad de la misma, indicaremos el lugar de construcción, su arquitecto, el concepto sobre el que se ha diseñado y señalaremos alguna característica en relación con el entorno en el que se sitúan. Con la descripción se pretende detectar coincidencias y tendencias de las que podamos sacar algún tipo de conclusión. La metodología cualitativa responde al interés de entender los por qué de un hecho que desborda los números y las estadísticas, como son las intenciones humanas, en este caso, de los dueños de las bodegas y de los arquitectos que las construyen.

#### 4. BODEGAS DE AUTOR

Comenzamos el recorrido con *Mas Rodó*, la bodega diseñada por el arquitecto Carles Sala en el Penedés en la que se da un equilibrio entre lo antiguo y lo nuevo tanto en los espacios, recuperando y proponiendo nuevos, como en los materiales, madera, piedra y acero. A partir de una edificación del siglo XVIII crea una nueva estructura con la “vocación de encajarse en un contexto de empatía respecto a lo existente y de metáfora sobre un nuevo uso”, como él mismo explica, una nave en la que se recupera espacios antiguos pero que también genera otros nuevos.



<http://www.masrodo.com/Arquitectura.htm>

Los nuevos materiales establecen un diálogo con los antiguos y se integran en el entorno natural en el que se ubica. Buscan enraizarse con la tradición, sin repetirse como una mera copia. El color verde de las vides invade el interior del edificio y le dota de una fuerte personalidad.

El edificio de la nueva bodega *Viña Real*, en Álava, obra de Philippe Mazières, destaca por su enorme zona central en forma de barrica, en la que función y forma se unen pues se corresponde con la sala de crianza.



<http://cvne.com/web/bodega.php?bod=2&Bodega-Vi%F1a-Real-descripcion>

Los valores que inspiraron el diseño fueron la innovación tecnológica, fueron los primeros en instalar una tolva vertical en España, y la comunicación visual por la identificación con un elemento primordial como es la barrica. Se ubica sobre un cerro que domina el paisaje y convierte a la bodega en referente visual. Hace guiños a las tradicionales estructuras de los calados riojanos.

El afán por identificarse con el entorno está presente en la edificación de *Qumrán*, en la denominada milla de oro de la Ribera del Duero. El sorprendente nombre se corresponde bien con la exquisitez con la que su dueño se plantea la nueva bodega. Nace con vocación artesanal, pequeña. Pero hunde raíces en la historia y la cultura de la zona, por lo que no extraña que abrigue un pequeño museo con algunas piezas arqueológicas del yacimiento vacceo cercano y una colección bibliográfica. Una mezcla de vanguardia y tradición que es obra de los arquitectos Sandra Hernández y Álvaro Solís. Se adapta al terreno desde el punto de vista funcional, aprovechando los desniveles de la tierra para enterrar algunas zonas con el fin de aprovechar la fuerza de gravedad y conseguir las condiciones ambientales óptimas.



<http://www.bodegasqumran.es/inicio.html>



La Bodega de *La Grajera* tiene como característica especial que su propiedad es institucional. Pertenece al Gobierno de La Rioja y en ella se conjuga un triple planteamiento: su función productiva como bodega, divulgativa sobre el vino de Rioja y representativa de la institución.



**<https://www.larioja.org/npRioja/default/defaultpage.jsp?idtab=698446&IdDoc=698630>**

En su construcción se ha buscado evitar el impacto visual, por lo que la arquitectura se amolda a los contornos del paisaje que la cobija para no desentonar de él. Se estructura longitudinalmente y destaca la techumbre baja diseñada en desnivel y recubierta de vegetal como si se tratase de una colina. Ayuda al mismo efecto de camuflaje con el entorno, los zócalo de piedra en las fachadas laterales. El respeto por el paisaje se combina con el aprovechamiento de la pendiente del terreno para instalar allí la zona de elaboración y crianza del vino. Además de conseguir la temperatura adecuada, permite hacer un uso natural de la ventilación y de la fuerza de la gravedad. Amplios ventanales recogen la luz natural y la conducen allí donde es necesaria. Junto a las instalaciones propias de la bodega, se ha dispuesto de un salón de actos y un gran espacio polivalente, destinados a su acción divulgativa y cultural.

*Terra Remota* en Girona es otra muestra del interés no sólo evitar el impacto visual, sino de camuflarse con el paisaje. La filosofía de la bodega gira en torno al respeto máximo a la naturaleza. Los arquitectos Untaller y Pepe Cortés la conciben como tres construcciones de hormigón semienterradas que forman unas terrazas perfectamente integradas con la tierra. Las vegetación plantada en las cubiertas ayuda a esta impresión. La inercia de la de la inclinación se aprovecha para facilitar en los trabajos de la bodega y proteger del sol las zonas destinadas a la crianza. Se unen lo moderno y lo nuevo, la vanguardia y el respeto a la tradición.



<http://www.terraremota.com/Resources/photos1.jpeg>

Santiago Calatrava muestra de manera excelsa el interés porque la bodega forme parte del paisaje en *Ysio*, ubicada en Laguardia, Álava. Su larga fachada quiere simular una hilera de barricas al tiempo que las ondulaciones de la sierra. Este efecto visual se multiplica en los reflejos que proporcionan los estanques situados junto al edificio.



<http://www.evadium.com/actividad/paquete-visita-comida-bodegas-ysios>

La exclusividad del edificio se corresponde con la de sus vinos, pues en ella sólo se elaboran vinos de reserva y algunas ediciones limitadas de *coupages*, es decir mezclas seleccionadas y que ellos relacionan con el mundo de la cultura, como hicieron con ocasión del 10º aniversario del Museo Chillida-Leku en 2010.

Singular es la bodega de la *Finca Bell-Llo*, un hotel rural de alta gama en Palamos, Gerona. El lujo es parte central de su filosofía y lo ofrecen en forma de experiencia sensorial, como ellos mismos expresan en su web: “Se escucha el silencio, se huele el vino, se siente la fuerza de

los materiales y, cuando catamos los caldos, logramos por fin estimular los cinco sentidos”. La producción es ecológica y reducida, cuidada con mimo. La bodega, bajo tierra, está formada por el cruce de pasillos oscuros, en los que entra muy tamizada la luz solar, para no dañar la lenta crianza del vino.



<http://www.alabuena vida.es/celler-brugarol/>

El estudio de arquitecto Aranda Pigem Vilalta Arquitectes propuso una estructura cuidada y vanguardista en simbiosis con las vides, con las que parece fundirse. Su diseño habla también de la firme apuesta por la sostenibilidad pues se aprovecha de la temperatura fresca y la humedad que necesita la vinificación, en la que por otro lado sólo se interviene con procesos físicos.

Norman Foster fue el encargado de diseñar la espectacular bodega *Portia*, en Ribera del Duero, que se funde con el paisaje en forma de estrella. El deseo de simbiosis con el vino se expresa también a través el uso del acero, el roble y el cristal, materiales que están presentes en los procesos de producción del vino. Se caracteriza por su funcionalidad y el diseño de vanguardia.



[Http://azureazure.com/gastronomia/bodegas-portia-y-la-fantasia-de-norman-foster](http://azureazure.com/gastronomia/bodegas-portia-y-la-fantasia-de-norman-foster)

Se encuentra semienterrada, adaptándose a la topografía para aprovechar los desniveles a favor de la vinificación y del ahorro de energía. En las cubiertas se han instalado placas fotovoltaicas.

El deseo de convertirse en referente visual, es lo que llama la atención de *Protos*, también en la Ribera de Duero. El estudio del británico Richard Rogers proyectó esta bodega a la sombra del castillo de Peñafiel, con cinco bóvedas entrelazadas y revestidas de piezas cerámicas de gran formato. Se ha buscado minimiza el impacto visual, convirtiéndolo en un edificio de referencia en armonía con la silueta del castillo y de la arquitectura del lugar. La preocupación medioambiental le ha llevado

también a excavar en la tierra para dotar el interior de las condiciones de humedad y temperatura precisas. En el exterior, los grandes voladizos controlan el paso de la luz solar al tiempo que permiten la iluminación natural de las zonas que las necesitan.



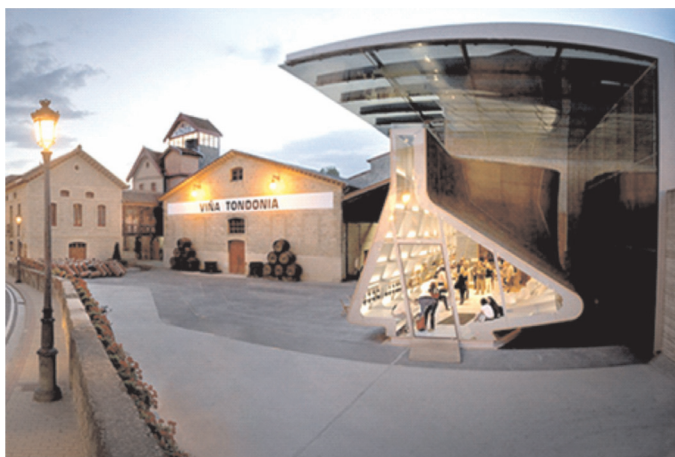
<http://www.topriberadelduero.com/es/bodegas/protos-ruta-vino-ribera>

Contrariamente al deseo de evitar el impacto visual, es la propuesta de Zaha Hadi para el stand de *Viña Tondonia* en la Feria Alimentaria de Barcelona 2002. Los herederos de las bodegas López de Heredia decidieron, en palabras suyas, “regalarse un lujo arquitectónico” y acudieron a la prestigiosa arquitecta iraquí en busca de su sello personal: volúmenes livianos, juegos de luz, formas puntiagudas y angulosas y diálogo con el entorno, en este caso en medio de las otras edificaciones de las bodegas. Ideó una estructura que cubriera el kiosko modernista utilizado en la Exposición Universal de Bruselas de 1910, donde el vino obtuvo el Gran Prix.



<http://www.flickrriver.com/photos/javier1949/6786932332>

La propuesta de Zaha Hadí fue una estructura en forma de frasca que envolvía el stand modernista y que podía ser reutilizado al finalizar la Feria. Se instaló como un edificio más junto a la antigua bodega, en diálogo con la tradición a la que aportaba el futuro representado en su diseño. La bodega afirma con orgullo que se trata de su primera aportación a la arquitectura de referencia.



<http://www.lopezdeheredia.com/spanish/arquitectura/frasca.html>

Viña Tondonia rompe con la tendencia de las nuevas bodegas a fusionarse con el paisaje rural y nos sirve de puente para presentar las dos últimas, *Marqués de Riscal* y *Sommos*, que elegimos como representantes de otro modo de concebir estos edificios.

Los dueños de *Marqués de Riscal* se propusieron un reto al acercarse el inicio del siglo XXI: levantar lo que denominarían la Ciudad del Vino. El complejo cuenta con hotel, spa, restaurante y centro de congresos. Para ello eligieron al prestigioso arquitecto Frank Ghery, quien aceptó el encargo y diseñó un edificio a su estilo: impactante, escultórico, irregular, curvilíneo, con revestimiento de titanio. Este material le presenta en diferentes colores que representan el rojo de la uva, el plateado de la cápsula de la botella y el dorado de la malla que la rodean. El cielo se refleja aportando otras tonalidades que varían según la luz, el sol y las nubes. El interior se corresponde con la misma estética, pues ha sido diseñado completamente por él.



<http://www.marquesderiscal.com/secciones/43/N/22>

Se organiza en tres grandes soportes, en plantas irregulares que van disminuyendo de tamaño a medida que se va ascendiendo. Grandes cristalerías permiten contemplar unas espectaculares vistas al entorno de la bodega. El edificio posee un valor en sí mismo, independientemente del producto para el que ha nacido. Si no fuera por su hermosura podría calificarse de desmesurado. Precisamente esa es la intención de los dueños, poseer un edificio extraordinario que hable de lo extraordinario de sus vinos, su calidad, su modernidad, su buen hacer. No se busca la fusión con la naturaleza, sino dar el toque de exclusividad que indique qué tipo de servicios se ofrecerá a quienes se acerquen a la bodega, al restaurante o al hotel. Un paso de lo sencillo que supone todo lo rural, a la sofisticación.

Sin duda fue una obra que irrumpió en el mundo de las bodegas en el año 2006 y rompió con las propuestas anteriores. No fue la única. Como ejemplo, un año más tarde, se inauguraba *Sommos*, en Barbastro provincia de Huesca, un impactante edificio diseñado por Jesús Marino Pascual para un vino del Somontano. La estructura es compleja y de estilo futurista, de gran impacto visual. Sobresale sobre el paisaje de viñedos como una obra de arte que invita a ser visitada. Se trata también de un complejo que incluye un hotel y una amplia oferta enoturística.



**[Http://www.rutadelvinosomontano.com/establecimientos/bodegas-restaurante-irius-barbastro-somontano-6/](http://www.rutadelvinosomontano.com/establecimientos/bodegas-restaurante-irius-barbastro-somontano-6/)**

La estructura se compone de unos cubos de acero entrelazados que parecen surgir de la tierra y en cierto modo asemejarse a las lejanas montañas, o las iglesias con sus campanarios de los pueblos que la circundan. La apuesta es también convertirse en más que una bodega, en un edificio visitable por sí mismo. Es un modo de diferenciarse de las bodegas del entorno, comunicar arquitectónicamente la excelencia del vino y convertirse en referente de la zona.

## **5. CONCLUSIONES**

A través de un rápido recorrido por algunas bodegas de vino hemos podido detectar la importancia que están dando a su arquitectura. No se busca ya sólo la funcionalidad, ni siquiera la estética, sino que a través del edificio lo que se pretende es añadir un distintivo de calidad y abrir el negocio del vino a un campo más amplio. Podemos recabar unas constantes en los valores que marcan los proyectos arquitectónicos. Se pueden englobar en tres aspectos:

a. Funcionalidad: las bodegas buscan facilitar las tareas de vinificación aprovechando los desniveles del terreno o los que crean para la recepción de la uva; la luz natural, la ventilación. Está relacionado con las políticas de sostenibilidad ambiental.



b. Estética contemporánea:

- Equilibrio entre la tradición y la vanguardia, maridaje del que resulta algo diferente, no mero mimetismo con la tradición.
- Evitar el impacto visual, encajando con el paisaje y fusionándose con él.
- Espectacularidad, innovación, vanguardia. El edificio como un valor en sí mismo.

c. Valores como la amabilidad y la empatía de la estética; el respeto y el amor por la naturaleza; el lujo entendido como la experiencia de acercarse al proceso de elaboración del vino y al entorno rural; la transparencia y nobleza de los materiales;

Las principales conclusiones que podemos sacar son las siguientes:

a) La proliferación de edificios singulares están mostrando la importancia económica del sector o, en todo caso, el optimismo que reina en él. Se invierte dinero en lo que parece secundario, el almacén que alberga el verdadero tesoro: todo el trabajo de vinificación que se realiza en la bodega. Ello supone una evolución en el modo de entenderse a sí mismo y su apertura a un concepto más amplio: el vino como objeto cultural y como ocasión de ocio.

b) La evolución del negocio del vino incide en la del turismo, impulsándolo a crear nuevas ofertas que se adapten a las instalaciones disponibles.

c) La consideración del vino como un producto exquisito, dirigido a personas con un poder adquisitivo medio alto.

d) Las visitas a las bodegas revalorizan el entorno rural en el que se encuentran. Coincide con el gusto del turismo rural en boga desde hace algunos años.

e) La espectacularidad de ciertos edificios hablan por sí mismos. En las páginas web de las bodegas, junto a la información sobre los viñedos y los vinos se les dedica un apartado. Se alzan como bienes que merecen ser visitados. Incluso algunas bodegas se jactan de contribuir con ellos a la arquitectura. Comienzan a publicarse noticias que dan cuenta del elevado número de visitas que recibe la bodega, como símbolo de su importancia y por contagio, de la calidad del vino.

f) Las empresas propietarias de las bodegas asumen los valores contemporáneos en su edificación: diseños vanguardistas, encargos a ar-

quitectos de renombre local e incluso internacional, criterios de sostenibilidad ambiental, cuidado por evitar el impacto visual que desdiga del lugar en el que se aposentán

En conclusión, las empresas que se dedican a la elaboración del vino, han asumido en su estrategia empresarial la importancia que revisita la arquitectura de sus edificios. Emprenden obras de importancia, que exigen una fuerte inversión económica, pero no sólo con el objetivo de dotarse de unas instalaciones eficientes. Asumen el reto de la sostenibilidad medioambiental diseñándolas de manera que se aprovechen las condiciones de luz, oscuridad, humedad y temperatura necesarias para la elaboración y crianza del vino. Este reto se acompaña de una demostración o comunicación visual por medio de edificios que se mimetizan con el terreno, o entran en diálogo con él, como para resaltar el paisaje en el que se encuentran. Se da una coherencia entre la cultura corporativa en la que se incluye el respeto ecológico, con su expresión arquitectónica. Al mismo tiempo, otros edificios se desmarcan del paisaje, no se mimetizan con él, ni siquiera reinterpretan de manera moderna los lenguajes del pasado. Se alzan orgullosos en medio de un terreno que, en el fondo, no hacen más que revalorizar con su presencia, pues le convierten de anónimo, en objeto cultural. Ello desencadena el desarrollo rural, a través del turismo que genera el nuevo concepto de bodega.

El vino ha pasado de ser un producto artesano, de elaboración rural, en unos edificios en la de carácter industrial y la mayoría desconocidos, a adoptar una dimensión holística que arranca del cultivo de la vid, pasa por el proceso de vinificación, se comercializa y se abre al público a través de su nuevo modo de hacer las arquitecturas: visitas, catas de vino, congresos, hoteles, restaurantes, museos, función didáctica sobre el mundo del vino, enoturismo, terapia vinícola. Una combinación de negocio, ocio, cultura, turismo que se expresa de manera extraordinaria en la alta consideración arquitectónica de sus bodegas.

### **Referencias Bibliográficas**

- AAKER, David A. 1991. **Gestión del Valor de la Marca. Capitalizar el Valor de la Marca.** Díaz de Santos. Madrid (España).
- CODDINGTON, W. 1993. **Environmental Marketing.** McGraw-Hill. New York (Estados Unidos).

- COSTA, Joan. 2006. **Imagen corporativa en el siglo XXI**<sup>o</sup>. La Crujía. Buenos Aires (Argentina).
- UNWIN, Tim. 2001. **El vino y la viña**. Tusquets. Barcelona (España).
- HARTMANN, Patrick; FORCADA SAINZ F. Javier y APAOLAZA IBÁÑEZ, Vanessa. 2004. Superando los límites medioambientales de la empresa: Un estudio experimental del efecto del posicionamiento ecológico en la actitud hacia la marca. **Cuadernos de Gestión** Vol. 4. N.º 1: 83-95. Bilbao (España).
- ELÍAS PASTOR , LUIS VICENTE. 2006. **El turismo del vino. Otra experiencia del ocio**.  
Documentos de estudio de ocio. N° 30. Universidad de Deusto. Bilbao (España).
- SANZ DE LA TAJADA, Luis Ángel. 1999. Procesos y métodos del posicionamiento analítico», **IPMark**, 531, Noviembre: 40-42. Madrid (España).
- YRAVEDRA SORIANO, María José. 2003. **Arquitectura y cultura del vino: Andalucía, Cataluña, La Rioja y otras regiones**. Munilla-Lería. Madrid (España).
- VILLAFAÑE, Justo. 1999. **La gestión profesional de la imagen corporativa**. Pirámide, D.L. Madrid (España).