

LAS FORMAS DEL AGUA

Dar a conocer la labor de Aguas Cordillera a través de su imagen arquitectónica, fue el desafío que emprendió Ricardo Stein en la construcción de las oficinas comerciales de esta empresa, en la comuna de Las Condes.

Texto. **Andrea Wahr Rivas** / Fotografías. **Julio Maillard**

Realizado por el arquitecto Ricardo Stein —con la colaboración de Ignacio de Pablo—, este edificio es una carta de presentación de la empresa. Y es que desde la primera mirada, la agencia comercial de Aguas Cordillera representa las diferentes etapas del ciclo del agua.

—El gran muro de piedra representa la cordillera. La cascada que nace en el logo equivale a los ríos, y el estanque de agua en el que cae, alude a los lagos o al mar—, explica Stein.

Con el mismo propósito se dio un tratamiento diferenciado a cada una de las caras de la construcción. De ese modo, la fachada principal —sur— es abierta y transparente, en contraposición a la que da a los estacionamientos, completamente hermética. La fachada poniente también aparece cerrada, pero con elementos gráficos, y la que enfrenta al oriente presenta ventanas redondas que aluden a las gotas.

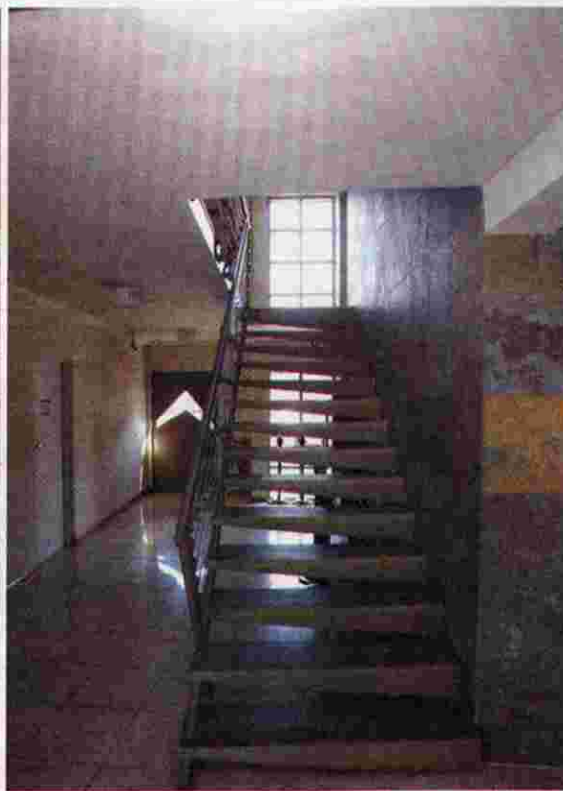
El frontis es, sin duda, la fachada más llamativa.





2

1- Elementos de diseño contemporáneo hacen que el edificio llame la atención de transeúntes y automovilistas. / **2- La inclinación** de la fachada principal favorece el reflejo del agua en los vidrios, lo que proporciona una atractiva sensación de movimiento.



Un puente —realizado con vidrios dispuestos horizontalmente, que dan transparencia y tienen aspecto de mojados— cruza el estanque, estableciendo el ingreso al lugar.

—Se hizo este elemento para “forzar” la situación de ver y oír el agua de la cascada y del estanque.

Por tratarse de un edificio al que se va sólo si se necesita realizar un trámite específico, era preciso llamar la atención de quienes pasan en automóvil por la avenida Cuarto Centenario, muy próxima, así como la de los transeúntes. Y los elementos contemporáneos del diseño, como también la iluminación, apuntan a ese objetivo.

La inclinación que se le dio a la fachada permite enfatizar, por las tardes, los reflejos del agua sobre los vidrios que otorgan movimiento. Ello, en conjunto con la iluminación nocturna, da una imagen muy atractiva.

Los materiales también buscaron representar elementos naturales. De hecho, la piedra pizarra tiene el mismo tono que las piedras cordilleranas.

Para ordenar los recintos interiores, que alcanzan a los 501 m², Stein trabajó un volumen dividido en dos por el muro-cordillera. En el cielo, a ambos costados, hizo tragaluces que dan iluminación cenital al lugar, “de este modo, la división se hace evidente, pero los espacios se leen como una unidad”, dice.

Explica que se estableció un recorrido en que el público es dirigido sutilmente y a través del diseño, hacia las dos instancias en que se pueden hacer trámites. A un lado están las cajas y al otro, mesones de atención del cliente.

Todo el sector del público cuenta con doble altura, ya que Stein procuró que tuviera “una escala urbana”. En el segundo nivel se ubicaron oficinas de Nuevos Servicios, el Departamento Comercial y una sala de reuniones. Desde allí se tiene una visión global de todo lo que sucede abajo, cumpliéndose con la intención de que los espacios estuvieran integrados. **V/D**

1- Para generar una escala urbana al interior del edificio, el hall presenta doble altura. / 2- La baranda de la escalera repite el diseño que se empleó en el puente de acceso. En el segundo nivel se tiene una visión global de lo que ocurre en la planta baja. / 3- La entrada se hizo con láminas de vidrio dispuestas horizontalmente. / 4- Vista área donde se situaron los mesones de atención al cliente.

A pesar de que se trata de un lugar muy vanguardista, todos los equipos tecnológicos se trataron de esconder para crear un ambiente despejado y destacar más que nada la arquitectura del lugar, en especial los hermosos arcos que aparecieron en los vanos de las ventanas y las perforaciones en los muros que se dejaron tal cual estaban.

Por ejemplo, se descubrieron unas vigas del piso en el área de la dirección, a las que se les colocó un vidrio encima para mostrar la cruceta de San Andrés y dar origen a un sendero que conduce a la sala de reunión de directores, ubicada al final del recorrido, en un gran cilindro. Allí aparece la madera en los cubículos de las secretarías, que por cierto deben reflejar un ambiente más cálido.

—Casi todos los muebles fueron diseñados por nosotros mismos, como una solución de bajo costo que además genera unidad en el mobiliario y muestra que la estructura de Filmo no es piramidal, sino que las

relaciones son más horizontales—, señala Eduardo Larraín, gerente general. “Si hasta los ceniceros son latas de películas”, agrega. Destacan en esta materia unas sillas tipo peldaños, empotradas en los pisos, que generan pequeños lugares de espera.

Para el acceso se colocó una puerta metálica ancha con un puente de vidrio y madera sobre un montón de cuarzo. Frente a él un parrón metálico da origen al sector de recepción y a un sillón con cojín rojo, uno de los colores corporativos que aparece con frecuencia a través de toda Filmo.

Junto a la escalera que conduce al segundo piso (zona de trabajo) una estructura escultórica con tres televisores muestra un infinito de los comerciales filmados en la productora.

De esta manera, el acceso da cuenta de que en el lugar la imagen es lo principal. Y más claro queda aún al descubrir la creatividad con que se logró fundir en una sola construcción presente y pasado. **VD**



Un parrón metálico da origen al cubículo de la recepcionista. Atrás, una pieza escultórica de la que cuelgan tres televisores, muestra un infinito de los trabajos realizados en Filmo.



Una de las salas de reuniones destaca con pintura blanca el arco de la ventana y muestra cómo un mobiliario de líneas modernas se adapta a un entorno de comienzos de siglo.