

## Arquitecturas del vino / Wine architectures

**Arquitectura / Architecture:** Bodegas Real. Real winery. Ciudad Real / Bodegas 14 Viñas. 14 Viñas winery. Picón, Ciudad Real / Bodegas Ferrer Bobet en el Priorat. Ferrer Bobet winery in the Priorat region. Falset, Tarragona / Boutique para la bodega López de Heredia. Pabellón Viña Tondonia. Boutique for the López de Heredia winery. Viña Tondonia Pavillion. Haro, La Rioja / Bodegas Protos. Protos winery. Peñafiel, Valladolid / Bodega Regalla de Ollauri en La Rioja. Regalla de Ollauri winery in La Rioja. Ollauri, La Rioja / Centro para la Promoción de los Vinos con Denominación de Origen Bierzo. Centre for the Promotion of Wines with Bierzo Certificate of Origin. Cacabelos, León / Bodega Terra Remota. Terra Remota winery. Sant Climent Sescebes. Girona / Bodega Contador. Contador winery. San Vicente de la Sonsierra. La Rioja. **Interiorismo / Interior Design:** Monvínic, centro divulgador de la cultura del vino. Monvínic, dissemination centre for the wine culture. Barcelona / La Boella. La Canonja, Tarragona. **Espacios efimeros / Ephemeral spaces:** Exposición de prefiguración El Tast. El Tast exhibition of preliminary plans. Vilafranca del Penedès. Barcelona / Musealización del Centro de Promoción del Vino de la "Ribeira Sacra". Musealization of the Promotion Centre for the Wine of the "Ribeira Sacra". Monforte de Lemos. Lugo. **Diseño gráfico / Graphic design:** Etiquetas, un coupage de diseño español. Labels, a blend of Spanish design. **Informe técnico / Technical report:** Instalaciones colectivas / Communal installations.

## Fotografía / Photography

La reciente incorporación de la tecnología offset a la impresión de etiquetas autoadhesivas ha permitido superar las limitaciones técnicas de la tipografía y la flexografía en la reproducción de imágenes fotográficas. Históricamente ajena al etiquetaje de vinos, la fotografía de alta calidad se convierte, gracias a estos avances técnicos, en un nuevo medio de expresión que permite a los diseñadores romper los códigos tradicionales de imagen y abrir nuevas posibilidades creativas. En esta doble página se recogen tres acercamientos totalmente diferentes a la aplicación de la técnica fotográfica en el etiquetado de vinos.

Proyecto de Cosmic para el Albariño Pedralonga de Francisco Alfonso Rebordea (Adega Pedralonga). Cada año, la reproducción fotográfica sobre fondo blanco de una piedra procedente de los

viñedos de esta bodega compone de forma limpia el frontal de esta etiqueta. Como si se tratase de una adivinanza o de un poema visual, se establece una efectiva secuencia de añadas que, a su vez, ensalza las propiedades y la personalidad de este producto. Los textos legales y explicativos se ubican en la contraetiqueta redactados en un solo bloque.



## Clásico y Moderno / Classic and Modern

**1** El binomio clásico-moderno es utilizado por Fernando Gutiérrez para rediseñar la identidad de las segovianas Bodegas Ribera del Duratón, integrando en la marca elementos tipográficos e ilustrativos. De este modo, se establece una modernización sutil de unos vinos –en la imagen Pago La Moravia y Altos del Duratón– con connotaciones clásicas. Para la extensión de las gamas de vinos de esta bodega, Gutiérrez combina soluciones más tradicionales donde se estilizan códigos compositivos y tipográficos con reminiscencias más conservadoras, junto con recursos totalmente contemporáneos donde estos códigos se descontextualizan y apuestan por la incorporación de la técnica fotográfica.

**2** En el lado opuesto de los diseños clásicos, se encuentra esta rompedora propuesta del estudio Cosmic para el vino Vendetta de Adegas Pedralonga. La etiqueta mantiene la simplicidad y la simetría de los vinos tradicionales –recuerda las etiquetas rústicas de bajo coste que se autoeditaban los pequeños bodegueros– pero, por otra parte, utiliza un nombre moderno que hace referencia a su proceso de elaboración: de edición limitada y sometido a constante evolución en función de las características propias de cada cosecha. Una venganza respecto al sistema tradicional de producción de vinos. La exclusividad del proyecto permite la aplicación de una etiqueta de producción artesanal y minimalista, así como la utilización de recursos poco convencionales como el envasado al vacío o la introducción de la cinta americana. Dos soportes que son utilizados en las vendettas mafiosas con el objetivo de silenciar a las víctimas y que aquí tratan de evocar el carácter experimental de este vino.

**1** The classic-modern combination is used by Fernando Gutiérrez to redesign the identity of the Segovia winery Ribera del Duratón, integrating typographical and illustrative elements in the brand. This establishes a subtle modernisation of the wines – in the image, Pago La Moravia and Altos del Duratón – with classic connotations. For the expansion of the range of wines from this winery, Gutiérrez combines more traditional solutions where compositional and typographical codes are stylised, with more conservative reminiscences together with totally contemporary resources, where these codes are taken out of context and choose to incorporate the photographic technique.

**2** On the opposite side of the classic designs is this tearaway proposal by the Cosmic studio for the Vendetta wine by Adegas Pedralonga. The label maintains the simplicity and symmetry of traditional wines – it recalls the rustic low-cost labels self-produced by small wine makers – but, on the other hand, it uses a modern name that makes reference to its wine-making process: limited-edition and subjected to constant evolution according to the actual characteristics of each harvest. A vendetta with regard to the traditional wine-making system. The project's exclusivity permits the application of an artisan-produced, minimalist label as well as the use of unconventional resources such as vacuum bottling or the introduction of the conveyor belt. Two elements that are used in the vendettas of the mafia to silence its victims and that here seek to evoke the experimental character of this wine.

