



El vino con todas las artes

Tres años de intensa programación cultural han consolidado el certamen **El vino y los 5 sentidos**

12

El brindis inaugural. La periodista Marta Robles, junto al consejero de Cultura, Luis Alegre, el consejero de Hacienda, Juan José Muñoz, el alcalde de Logroño, José Luis Bermejo y el consejero de Agricultura, Javier Erro. / Abel Alonso

En La Rioja no hay que buscar excusas para hablar de vino y menos aún en septiembre. Septiembre es tradicionalmente el mes de la vendimia, aunque el tiempo marque sus propias fechas, y desde hace tres años, septiembre es también el mes de la cultura vitivinícola en sus múltiples vertientes. *El vino y los 5 sentidos* se encarga de ello. Definido y concebido por la Consejería de Agricultura como vehículo de difusión del Rioja, este certamen ha echado raíces para dar sus frutos en sólo tres años, como las buenas vides. La tercera edición ha aunado cine, música, fotografía, pintura, diseño y publicidad con otras artes intrínsecamente relacionadas con el mundo del vino: catas, tapeo y gastronomía. Un programa que, en palabras del consejero Javier Erro, "convierte a todos los riojanos en embajadores del vino de Rioja".

Texto: **Ch. Díez**

Fotografías: **Abel Alonso**

Decía Cristino Álvarez, Caius Apicius rubrica sus críticas gastronómicas, que una tapa debe ser "breve pero sustanciosa". Quisiera la cronista apropiarse de lo dicho para definir esta tercera edición de *El vino y los 5 sentidos*, aunque quizá peque con lo de breve porque un mes da para mucho y se pueden tomar muchas tapas. Por sustanciosa, sobre todo, empezaremos este recorrido *a posteriori* por la novedosa iniciativa "De vino y de tapas" en la que han participado 72 bares de Logroño y una decena de establecimientos de otras localidades riojanas. Editado para la ocasión, un plano-guía ha servido al "tapeador" para hacer la ronda. Una amplia gama de pinchos para elegir siempre acompañados de vino de Rioja: morrito frito, oreja de cordero, champiñón y pimiento relleno, como representantes de la gastronomía más local, a otros de importación: pulpo a la gallega, anticucho, puding de merluza o boca de mar, pasan-

do, claro está, por los especiales de la casa, las croquetas o las típicas piparras con anchoa.

El mencionado crítico de la agencia EFE, Caius Apicius, tuvo a bien compartir con los asistentes a la presentación oficial de la campaña algunas de sus sapiencias gastronómicas. Así supimos que el arte del tapeo se remonta al Rey Alfonso X El Sabio, y que se concibió con razones prácticas más que gastronómicas: colocar encima de la vasija una rodajita de longaniza para salvaguardar el vino. "La tapa nació para acompañar al vino pero, desde hace años, la tapa no sólo es una forma de comer, es el prólogo de la comida y hay prólogos que son mejores que el libro", señaló Cristino Álvarez una vez ennumeradas un sinfín de pinchos de nombre y apellidos a los que calificó de "pequeños lujos de la gastronomía popular".

Por concluir con el apartado culinario, casi 4.000 comensales han asistido a las II Jornadas Gastronómicas de *El vino y los 5 sentidos*, para los que 25 restaurantes riojanos han elaborado menús especiales que han sido recogidos en un recetario (ver publicaciones).



Actuación del grupo Laurel y Alhama en el concierto de presentación del CD "El vino de Rioja y su cancionero".
/Abel Alonso

Se anuncia un gran vino

Aunque la cocina ha tenido un marcado protagonismo en esta tercera edición, la promoción del vino de Rioja ha sido el hilo conductor del programa a través de la exposición "El rioja ante el espejo. 100 años de publicidad de un gran vino". La presencia de la periodista Marta Robles como pregonera también ha contribuido a ello. Más de 15.000 personas han recorrido la sala de exposiciones de CajaRioja para visitar esta interesante muestra que, a través de 16 apartados, hilvana las distintas etapas promocionales del vino de Rioja y, con ellas, la evolución del diseño gráfico en el último siglo. Las primeras manifestaciones publicitarias en la prensa local tuvieron como protagonistas a los cosecheros riojaltños que anunciaban los establecimientos de venta de vinos en Logroño. Más adelante, en 1890, se localiza en La Vanguardia el primer anuncio de una bodega riojana. Ya en los años 30 surge la imagen de forma independiente a la marca, convirtiendo a la botella en el icono publicitario más empleado. Pero es cuatro décadas más tarde, con la aparición del color en los diarios, cuando eclosiona el mundo de la publicidad en torno al vino y aparecen las revistas especializadas del sector. Luego vendrán los patrocinios, muy vinculados al deporte, los spots televisivos en la era de la imagen, y, finalmente, con la mirada puesta en un futuro que ya es presente, las páginas web en la red informática.



Visita guiada por Luis Vicente Elías a la exposición "El Rioja ante el espejo. Cien años de publicidad de un gran vino". /Abel Alonso

Esta exposición ha sido posible gracias a la colaboración de muchas bodegas riojanas y de un concienzudo trabajo de investigación, así lo expresó el consejero Javier Erro en la inauguración, quien destacó el importante papel de la pu-

blicidad en la historia del vino de Rioja: "la calidad de los caldos riojanos nunca habría llegado tan lejos sin la ayuda de este arte". Por su parte, el comisario de la muestra, Luis Vicente Elías, aludió a la experiencia publicitaria de La Rioja en este ámbito, "muy superior al de otras regiones españolas" y aseguró que esta muestra complementa la programada en la segunda edición en torno a la elaboración vinícola. "La publicidad hace 100 años, en épocas de desastres para España en lo colonial y para La Rioja por la terrible plaga de la filoxera, contrasta con las formas de comunicación actuales, unidas a las nuevas tecnologías y, sobre todo, a la imagen", señaló Elías. Acorde con los nuevos tiempos se ha editado para la ocasión el primer CD-Rom sobre el vino de Rioja titulado *Tierra de Rioja*.

En otro marco, la sala de exposiciones del Ayuntamiento, otras dos muestras —la de pintura y fotografía para aficionados— han enseñado los trabajos presentados en sendos concursos nacionales. El onubense Juan Fernández, con la obra *Composición de cristales*, fue el ganador del II Concurso Nacional de Pintura al que se presentaron 47 artistas de todo el país. Por su parte, el jurado del II Concurso Nacional de Fotografía para aficionados seleccionó, entre los 156 presentados, el trabajo del cordobés Nacho Velasco como ganador de la mejor colección de tres fotografías, mientras que el premio a la mejor fotografía recayó en el logroñés Roberto Zaldivar.



Carteles de la Fiesta de la Vendimia, clara muestra de la evolución del diseño gráfico en las últimas décadas. /Abel Alonso

Racimo de uvas para Autol

Nueve municipios riojanos participaron con programación propia en *El vino y los 5 sentidos* dentro del Concurso de Exaltación del Vino de Rioja. Fue Autol el ganador de esta segunda edición y como premio recibió una escultura preparada para la ocasión por Dalmati-Narvaiza que adornará las calles de la localidad a partir de ahora. Se trata de una pieza de 1,70 metros de altura formada por una peana de mármol sobre la que se alza un gran racimo de uvas esculpido en bronce. Mención especial merecieron Agoncillo, Badarán y Ollauri, este último ganador el año pasado.

Cita obligada en este certamen de la cultura del vino son cada año los cursos de iniciación a la cata, que tienen como escenario en Logroño la Cofradía del Vino y se realizan también en las cabeceras de comarca. Medio millar de personas han aprendido a poner todos los sentidos en este arte.

Otras dos artes, la cinematográfica y la musical, se han sumado novedosamente y con gran éxito a la programación de *El vino y los 5 sentidos*. Dentro del ciclo "Días de vino y tapas" se proyectaron en los cines Golem de las películas *Tierra*, *El Chef enamorado* y *Un paseo por las nubes*. Un disco "El vino de Rioja y su cancionero" fue presentado por algunos de sus intérpretes en tres conciertos: en el Auditorio del Ayuntamiento de Logroño, el centro cultural de CajaRioja de Calahorra y el Teatro Bretón de Haro.



Curso de iniciación a la cata, cita obligada del certamen. / Abel Alonso

Las publicaciones

Aunque el telón ya ha caído, *El vino y los 5 sentidos* ha dejado huella impresa, auditiva e interactiva de su programación en esta tercera edición: la memoria de la exposición "La elaboración tradicional del vino de Rioja. Los trabajos y los días", celebrada en la segunda convocatoria, y el recetario de las "II Jornadas Gastronómicas", en formato libro, el disco "El vino de La Rioja y su cancionero" y el CD-Room "Tierra de Rioja. El vino y los 5 sentidos".



• 21 temas musicales y 11 fragmentos literarios integran el primer cancionero del vino de Rioja, un disco de una hora de duración en el que se conjugan versos de Gonzalo de Berceo, textos de Villegas y Bretón de los Herreros con coplillas populares y temas folclóricos recopilados por Bonifacio Gil y José Fernández Rojas; fragmentos del Fuero de Logroño y piezas literarias de Azcona, Paulino Lorenzo y José Ignacio Foronda con romances, jotas y coplas. Las interpretaciones musicales, realizadas exclusivamente para "El vino de La Rioja y su cancionero", cuyo trabajo ha coordinado el periodista Ignacio Faulín, han corrido a cargo del Grupo Folklórico de La Rioja, Aires del Iregua, La Rioja Canta, Escuela de Dulzaina, Laurel y Alhama, Escolanía de La Rioja, Amigos del Cottons Pub, Michel García, Carlos Blanco y Óscar Alesanco. José Damián Rodríguez, por su parte, ha recitado los textos literarios junto a Paulino Lorenzo y Foronda, que han puesto voz a sus propios escritos.



• El primer CD-Room sobre el vino de Rioja, "Tierra de Rioja", permite al usuario una aproximación a múltiples aspectos relacionados con la vitivinicultura: la historia del Consejo Regulador, las zonas productoras, los procesos de elaboración y crianza, la cata, la gastronomía... Una galería de 100 imágenes captadas por la inquieta mirada de los fotógrafos plasma las tareas diarias en la viña y en la bodega, el color del vino y las estampas del campo. Un juego con un cuestionario de 50 preguntas completa este compacto que ha realizado Multimedia Digital como complemento a la exposición "El Rioja ante el espejo".

• Un libro para hacer memoria. El catálogo de la exposición estrella de la pasada edición de *El vino y los 5 sentidos* titulada "La elaboración tradicional del vino de Rioja. Los trabajos y los días" no sólo sirve de guía de aquella irrepetible muestra sino que, por sí mismo, es también un interesante documento del paso del tiempo en una tierra y unas gentes dedicadas al arte de hacer vino. El libro, como la exposición, recorre a través de 25 apartados todo el proceso de elaboración del vino, con sus técnicas, sus herramientas, útiles, arte y refranero.



• Las II Jornadas Gastronómicas han dejado buen sabor de boca. Para que perdure en los amantes de la cocina, un recetario que contiene los secretos de los mejores fogones de La Rioja. 25 restaurantes aportan un menú -el que se pudo degustar en su establecimiento del 10 de septiembre al 10 de octubre- y ofrecen la receta de uno de los platos que lo integran. El recetario contiene 8 primeros, 11 segundos y 6 postres, la mayor parte con ingredientes de la tierra.



Una copa minimalista para el vino de Rioja

El autor y su obra. Horacio Romero muestra la nueva copa de vino de Rioja. /Abel Alonso

El artista gallego Horacio Romero gana el Concurso Internacional de Diseño con una copa "delicada pero con fuerza"

Ara de Rioja, cruce lingüístico entre altar y labranza, es el nombre que el autor ha elegido para presentar en sociedad la nueva copa de vino de Rioja, un objeto minimalista que refleja el equilibrio entre modernidad y tradición. El Concurso Internacional de Diseño Copa de Vino de Rioja, convocado por la Consejería de Agricultura con la colaboración de la Real Fábrica de Cristales de la Granja y la Fundación Centro Nacional del Vidrio, dotado con un premio de tres millones de pesetas, ha tenido como ganador al diseñador gallego Horacio Romero con una copa "innovadora, envolvente, proporcionada, delicada pero con fuerza y con un diseño que da imagen de calidad", según la definió el consejero Javier Erro al hacer público el fallo del jurado. "Nuestro principal objetivo al convocar este concurso era buscar una identidad para el vino de Rioja, un vino que por ser el más importante de España tiene que

ser líder y vanguardista. Esta copa conjuga estas dos características y representa y simboliza la calidad del vino de Rioja", recalcó Erro.

El preámbulo y la espera a la presentación de la copa del vino de Rioja provocó cierta expectación entre los asistentes al acto convocado en el Consejo Regulador. Eliseo de Pablo, director de la Fundación Centro Nacional del Vidrio, trajo consigo desde la Real Fábrica de Cristales de La Granja varios prototipos de la copa en los que se había trabajado hasta el último minuto. "Tiene un diseño muy completo y va a chocar un poco porque ofrece una imagen muy innovadora", indicó De Pablo, quien también recalcó la amplia participación y repercusión del concurso, al que se han concurrido 283 propuestas y se ha presentado en 10 ciudades españolas y otras tantas europeas y americanas.

Fernando Rey, consejero técnico de

Horacio Romero Becerra

Nacido en 1953 en Tabeaio-Carral (A Coruña), es licenciado en Bellas Artes y catedrático de Artes Plásticas y Diseño de las Escuelas de Artes del Ministerio de Educación y Cultura y profesor del Departamento de Escultura de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad Complutense de Madrid.

la Subdirección de Enseñanzas Artísticas del Ministerio de Educación y Cultura, fue el encargado de explicar la estructura formal y el proceso creativo y simbólico de la copa, no sin antes decir con rotundidad: "nos encontramos ante un gran hallazgo y un rotundo éxito". Con una estructura formal muy simple, "los atributos de elegancia, purismo, limpieza y gracia dependen exclusivamente de las inflexiones geométricas ejercidas sobre el volumen y sobre las líneas de su perfil; la selección de la línea curva y su discurrir armónico en la secuencia cóncavo-convexo son los aspectos esenciales de la estructura compositiva de la copa".



LA SORPRESA. Erro, Muñoz, Baro y Rivera, a punto de estrenar la copa "Ara de Rioja" tras su presentación en sociedad. /Abel Alonso

A partir de la rotundidad de las formas simples se ha intentado resolver otro problema: la organización total del volumen y la forma de la copa. El diseñador ha intentado atenuar las diferencias ha-

bituales entre las tres partes de la copa (base-fuste y depósito) "para resaltar la forma completa de la copa como un continuum", indicó Fernando Rey. La mayor o menor apertura de las líneas cóncavas o convexas insinúa los cambios a través de una suave y lenta cadencia.

La copa *Ara de Rioja* soluciona, por tanto, los dos principales problemas que desde la óptica del diseño plantea una copa de vino: en cuanto al depósito, proporciona un modelo ajustado a la normalización y ergonomía exigidas: y, en cuanto al soporte y a la base, enriquece formalmente el objeto en los aspectos no sometidos a prescripciones técnicas y funcionales.

Tras estas explicaciones, fue descubierta la copa y entre los comentarios se oyó un "desde luego tiene mucho fuste" muy certero en su doble sentido.

Un brindis en la nueva copa de vino de Rioja sirvió para cerrar esta tercera edición que consolida el certamen *El Vi-*

no y los 5 sentidos como vehículo de promoción y difusión del vino de Rioja.

283 propuestas se presentaron inicialmente al Concurso Internacional de Diseño Copa Vino de Rioja convocado por el Gobierno de La Rioja. De ellos, fueron seleccionados los 126 trabajos más destacados y, finalmente, sólo 6 pasaron la última selección. Un jurado integrado por profesionales del diseño, del vidrio y del vino, además de representantes de la Administración autonómica y central, eligieron ganadora la copa diseñada por Horacio Romero por ser comercialmente versátil para su fabricación artesanal o industrial y enológicamente correcta y adecuada a las características organolépticas de los vinos. Recibieron sendas menciones de honor los barceloneses André Ricard y Sergio López Jordana y quedaron finalistas José Luis Pérez Ortega (Madrid), José Luis González Maíz (San Sebastián) y José Javier Lueches del Álamo (Madrid).