

El aniversario  
66° de la Bolsa

## Nuestra Etiqueta 2008



El Observatorio de Información Vitivinícola

# 17º Concurso Nacional de Etiquetas de Vino

*En su 66 aniversario, la Bolsa de Comercio premió la creatividad de la imagen de nuestro vino*

**D**urante noviembre, el nuevo Malbec de la Bolsa de Comercio se vistió con la creatividad de 150 diseñadores gráficos de todo el país en el marco de la edición número 17 del "Concurso Nacional

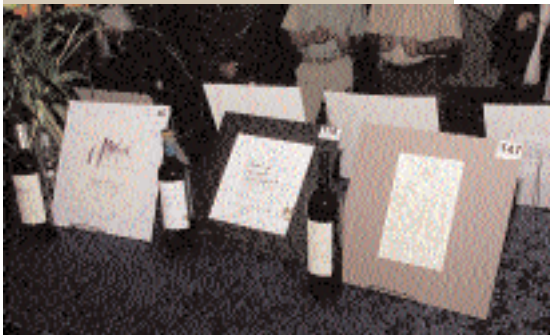
de Etiquetas de Vino" que la Bolsa organiza desde 1990. La industria vitivinícola de nuestro país ha experimentado importantes cambios en la imagen de sus vinos: nuevas formas de envases, marbetes, sis-

temas de cierre, innovadores formatos que han revolucionado el packaging. La identidad del vino es revelada en primer término por su imagen, cada día millones de botellas son adquiridas sólo por el impacto visual de sus etiquetas que contienen las únicas pistas sensibles de lo que podemos encontrar dentro de cada una de ellas y por lo tanto influye de manera directa en la elección del consumidor. El diseño de etiquetas es uno de los ámbitos más dinámicos del negocio vitivinícola, donde las empresas apuestan a la innovación, diferenciando por variedad y región. El Concurso Nacional de Diseño de etiquetas, que organiza la Bolsa de Comercio desde la década del 90' y que se renueva cada año, es el portal para que los diseñadores de todo el país, muestren al mundo no sólo su creatividad gráfica, sino además, descubran a partir del arte, las propiedades de los excelentes productos que se elaboran en nuestra industria. 150 diseños



## El Jurado

Estuvo conformado por representantes de la Bolsa de Comercio, Secretaría de Cultura de Mendoza, Facultad de Arte y Diseño del la UNCuyo, Ramodín Argentina, Instituto Nacional de Vitivinicultura, Unión Vitivinícola Argentina, Bodegas de Argentina, Corporación Vitivinícola Argentina (COVIAR), Centro de Viñateros y Bodegueros del Este, Cámara de Industriales Gráficos de Mendoza, Fundación Gutenberg, periodistas especializados.



## VOCES GANADORAS

Según Cristián Terán, nuestro trabajo está centrado en una "especie de firma" que es el nombre mismo de la institución. "En la parte izquierda de la etiqueta hay un cuño, es como un relieve en el que representamos las alas del escudo de la Bolsa. Entonces al mover la botella pudimos lograr diferentes percepciones jugando con las sombras", concluyó uno de los ganadores del primer premio.

A un voto de los ganadores, y compartiendo el segundo puesto, Rodrigo Pérez Moralejo y el binomio integrado por Andrea Barros y Claudia Saavedra, creadoras de un innovador trabajo bajo el apodo Custodio de la cepa. "Se eligió la imagen de un ángel como guardián de los racimos (en la mitología cristiana los querubines son guardianes de la gloria de Dios), esto aparece asociado a la representación de la vid. Está trabajado como grabado antiguo y se monta entre una letra M formando una capitular remitiendo a viejos manuscritos monásticos", explicaron Saavedra y Barros.



*"El cuerpo y el alma del vino comienzan a percibirse desde las características que conforman su imagen: La Etiqueta."*

participaron del evento que finalmente premió a un trío de jóvenes representantes del arte gráfico de nuestra provincia. Silvana Brail, Cristián Terán y Guillermo Iragorre, fueron los que obtuvieron el primer premio adquisición, quienes además de obtener 10 mil pesos en efectivo y un viaje para dos personas a Europa, tendrán la responsabilidad que su trabajo sea el encargado de vestir el Malbec cosecha 2009 del organismo. El premio de 3 mil pesos y dos pantonne (catálogos de colores de imprenta) del segundo premio adquisición, fue compartido –con la misma cantidad de votos– por dos trabajos, el de Andrea Barros-Claudia Saavedra y Rodrigo Pérez Moralejo. Las

principales menciones fueron concedidas para: María Laura Goenaga-Ignacio Eguiguren, María Ester Cerván-Silvia Podestá, Constanza Nazar-Belén Espir, Carla Campoy-Federico Principi-Lucia Doménech. El 20 de noviembre, cuando la Bolsa de Comercio festeje su aniversario número 66, se realizará la entrega de premios del concurso. Pero antes el presidente de esa institución, Jorge Pérez Cuesta adelantó: "Más allá del premio, el verdadero reconocimiento que se le hace a los creativos ganadores es que la etiqueta sea la cara de la Bolsa de Comercio de Mendoza y recorra de esta manera todo el país."

## Un poco de historia

Las primeras etiquetas de vino impresas aparecen en el año 1798, algunas de las cuales están complementadas con texto a mano alzada, dado que el sistema de impresión era muy primitivo. La estética de las etiquetas era básica, casi rudimentaria. El impresor creaba una suerte de molde común que mostraba al comercializador y éste le indicaba los datos que debía incluir, dejando a libre elección del diseñador, las tipografías y la coloración. Era la época de las "etiquetas passe-partout", es decir, etiquetas para todo uso. A partir de 1850, con la llegada de la mecanización en el proceso de estampado y el auge del vino en distintas partes del mundo, la etiqueta se convierte en el centro de atención de productores y comerciantes. El objetivo era diferenciarse de otras bodegas y zonas de producción y captar la atención del consumidor. Posteriormente, las leyes sobre denominación de origen y otros decretos especiales fueron reglamentándolas leyendas que figuraban en las etiquetas. Esto no fue obstáculo para que los diseñadores siguieran acentuando la expresión artística, orientada cada vez más a la publicidad del producto. Por esta razón, la Bolsa de Comercio desde hace casi 3 décadas, y a modo de incentivo a la creatividad artística y en apoyo a la presentación de los productos vitivinícolas, viene trabajando en la organización de este tipo de eventos que promueven la actividad.