LITOGRAFIA CUYO S.A.

ESTABLECIMIENTO GRAFICO DESDE 1941

Excelencia en impresos

LITOGRAFIA CUYO S.A. ISO 9002 SIST. DE CALIDAD CERTIFICADA

Offset plano - autoadhesivo en bobinas
etiquetas - folletos - catálogos

José F. Moreno 1638 - Mendoza (M5500AWR) Argentina
Tel .: (0261) 438-0606 - Fax: (0261)438-0499
litocuyo@litografiacuyo.com

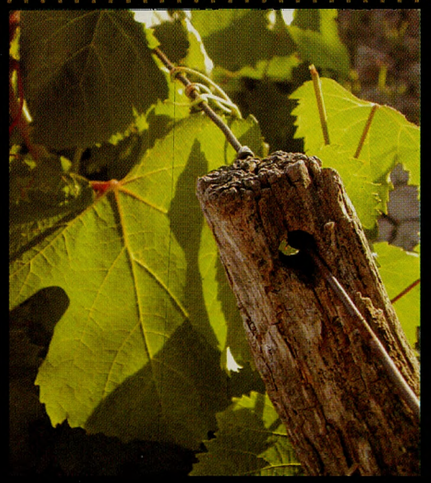
VENDIMIA® en Mendoza

BODEGAS

NIETO SENETINER

DESDE 1888

LUJÁN DE CUYO MENDOZA

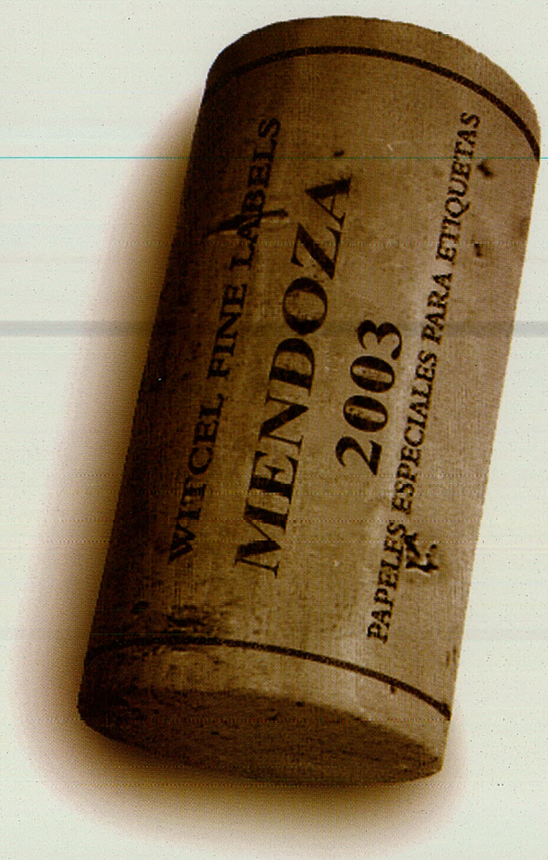


Bodega Vistalba: Guardia Vieja s/n, Vistalba, (5500) Luján de Cuyo, Mendoza - Tel/Fax: 54 (0261) 4980-315

Bodega Carrodilla: Vleytes 2275, Carrodilla, (5505) Luján de Cuyo, Mendoza - Tel. 54 (0261) 4960-732

Oficina de Exportación / Export Office Tel Fax: 54 (261) 4964729

www.nietosenetiner.com- amantesdelvino@nietosenetiner.com.ar



Un buen vino no sólo se anticipa con un buen corcho.
La etiqueta es el mejor adelanto de todos sus atributos.

DIMAGRAF

Witcel Fine Labels
papeles especiales para etiquetas

Dimagraf Distribuidor Exclusivo
Díaz Colodrero 3127 - Ciudad de Buenos Aires - C1431FMO - Te: 011 4545-2225 - WWW.dimagraf.com.ar

PRODUCCION

Cantidad y Superficie de Viñedos en Producción. Año 2001
Distribución por Provincias y departamentos

Provincias y departamentos	Cantidad de viñedos	Superficie (hectáreas)
TOTAL DEL PAÍS		
Buenos Aires	1	2,0000
Catamarca	1.124	2.194,8504
Córdoba	191	344,9808
Chubut	1	20,0000
La Pampa	12	49,2100
La Rioja	1.365	7.734,3846
Mendoza	16.196	143.051,6640
Neuquén	27	187,8066
Río Negro	432	2.760,2032
Salta	243	1.794,4096
San Juan	6.086	45.951,0571
San Luis	3	16,8000
Santiago del Estero	1	8,8000
Tucumán	16	16,7950
TOTAL	**25.698**	**204.132,9613**

MENDOZA		
General Alvear	1.567	5.756,3472
Godoy Cruz	5	9,7870
Guaymallén	286	1.149,2304
Junín	1.627	11.318,4347
La Paz	54	461,0062
Las Heras	224	1.553,7744
Lavalle	1.145	12.551,6134
Luján	779	10.038,6352
Maipú	1.253	12.730,2764
Rivadavia	1.573	16.043,6378
San Carlos	430	4.094,1822
San Martín	3.078	31.237,1351
San Rafael	2.929	16.300,3132
Santa Rosa	674	10.040,5841
Tunuyán	168	4.113,8371
Tupungato	404	5.652,8696
TOTAL	**16.196**	**143.051,6640**

EDITORIAL

Estimados lectores:

Cada año el culto vendimial nos llama a continuar la tarea emprendida y con ella, el compromiso de ofrecer a través de nuestras páginas, Informacion y datos de interés acerca de los tiempos de Vendimia y sus festejos, como así también la actualidad vitivinícola de la provincia.

No obstante los desaciertos y penurias que ha sufrido nuestro país y por ende todos nosotros, sus habitantes, queremos seguir adelante, con más esfuerzo que nunca, para estar presentes con nuestra publicación 2003 en esta "Vendimia de los vasos llenos", la nº 67.

Quiero recalcar especialmente la participación de nuestros creativos y colaboradores y todas aquellas personas que desinteresadamente y dando lo mejor de sí, han trabajado y hecho posible que "VENDIMIA EN MENDOZA 2003" saliera a la luz.

Deseosos de que este ejemplar tenga una buena acogida entre Uds., esperamos que disfruten de su contenido y conozcan más sobre las riquezas, bondades, productos, cualidades, calidades, lugares vitivinícolas de esta bendita "tierra del sol y del buen vino", Mendoza.

Agradecidos como siempre de tenerlos como público, va mi cordial saludo, esperando que disfruten el recorrido de estas páginas.

Lucas J. L. Sarcinella
Director

STAFF

VENDIMIA EN MENDOZA ®
Editada e Impresa por
LITOGRAFIA CUYO S.A.

Director Propietario
Lucas J.L. Sarcinella
Administración-Comercialización-Producción
José F. Moreno 1638.
M5500AWR Mendoza. Argentina
Tel (54-261) 4380606
Fax (54-261) 4380499
litocuyo@litografiacuyo.com
www.litografiacuyo.com
Diseño y Diagramación
DCV. Guillermo Lago
Colaboradores
Patricia H. Cremaschi
Raúl Pérez
Cesar Pedernera
Roberto Blanc
Departamento Comercial
Lucas Martín Sarcinella
Leticia Sarcinella
Guillermo Rosales
Asesor Legal
Federico Sarcinella
Pre-prensa
Alterio Fotocromos

Vendimia Nº 67 . Febrero de 2003
Mendoza. Argentina.
Propiedad Intelectual y Marca Registrada
Litografía Cuyo S.A.
Prohibida su reproducción parcial y/o total.
Ejemplar de distribución gratuita.

SUMARIO

Así comenzó la fiesta de la vendimia 4
Virgen de la Carrodilla Bendición de los frutos 7
Vía Blanca Carrusel 8
Bodega Leoncio Arizu Un sueño hecho realidad 9
Acto Central Teatro Griego 10
La nueva etapa por Ángel Vespa 11
Serenata de las reinas Música clásica en los caminos del vino 12
El lenguaje de la degustación por Ángel Mendoza 14
Imágenes de la Vendimia en el Arte Mendocino por Socorro Cubillos 16
La cara del vino por Boldrini-Ficcardi 20
Geografía de los vinos 22
Allied Domecq Argentina S.A. 25
Mitología del Vino 26
Las facultades médicas del vino 27
La importancia del corcho 30
Los recipientes 31
Una Empresa Mendocina con proyección internacional por Lucas Sarcinella 32
Exportaciones y producción de vino 33

ASÍ COMENZÓ LA FIESTA DE LA VENDIMIA

Como los evangelizadores necesitaban del vino para celebrar la misa, el origen de la vid en América está muy ligado a la labor espiritual. Traer desde el exterior el vino era una tarea dificultosa, junto a cada capilla que levantaban, los conquistadores preparaban un parral y un huerto que serviría para abastecer sus necesidades alimenticias. Los nobles parrales ayudaban también a combatir los calores en las capillas solitarias. Las uvas no sólo servían para preparar el vino sino que eran consumidas frescas y constituían un nutritivo alimento.

La Fiesta de la Vendimia nació grande, pero siguió creciendo hasta alcanzar las dimensiones actuales. Vendimia le fue dando imagen a la esencia del trabajo mendocino, fue recibiendo el sentir del hombre por su tierra y la emoción de obtener sus frutos.

La Vendimia es el símbolo del trabajo culminado del agricultor, que recibe en frutos el premio de su esfuerzo, el cual tendrá nueva vida en el cuerpo y el espíritu de un buen vino.

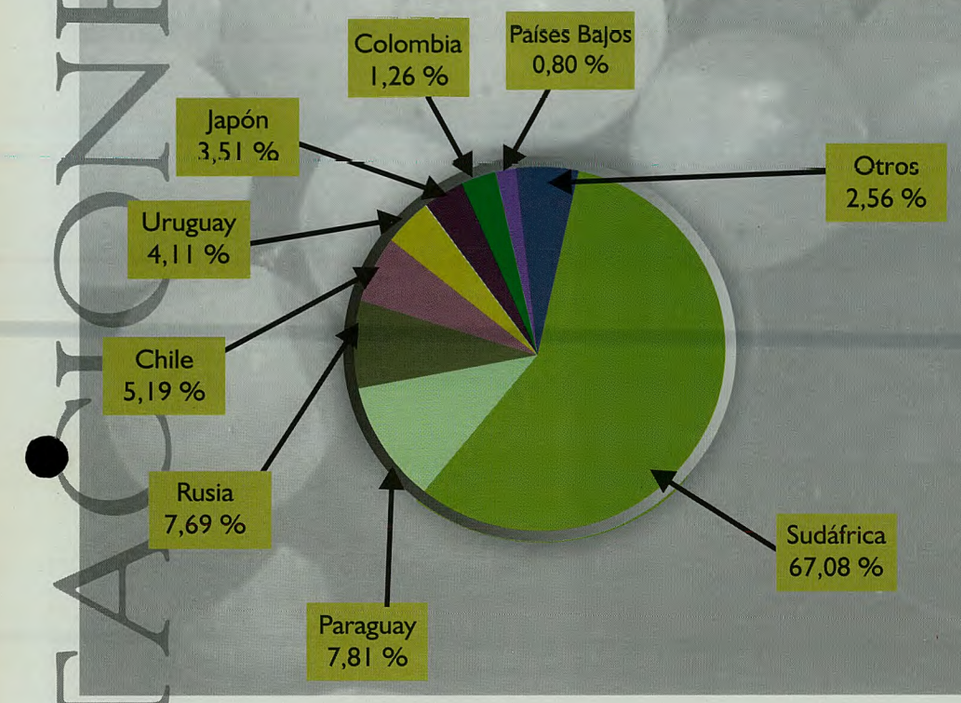
Nuestros bisabuelos decidieron trazar un primer intento de Fiesta Vendimial el 11 de abril de 1913, cuando un congreso de la industria y el comercio finalizó con un desfile de vendimiadores y carrozas alegóricas. Un tren especial orlado de vides, fue el portador de 800 invitados que recorrieron las zonas de viñedos y bodegas.

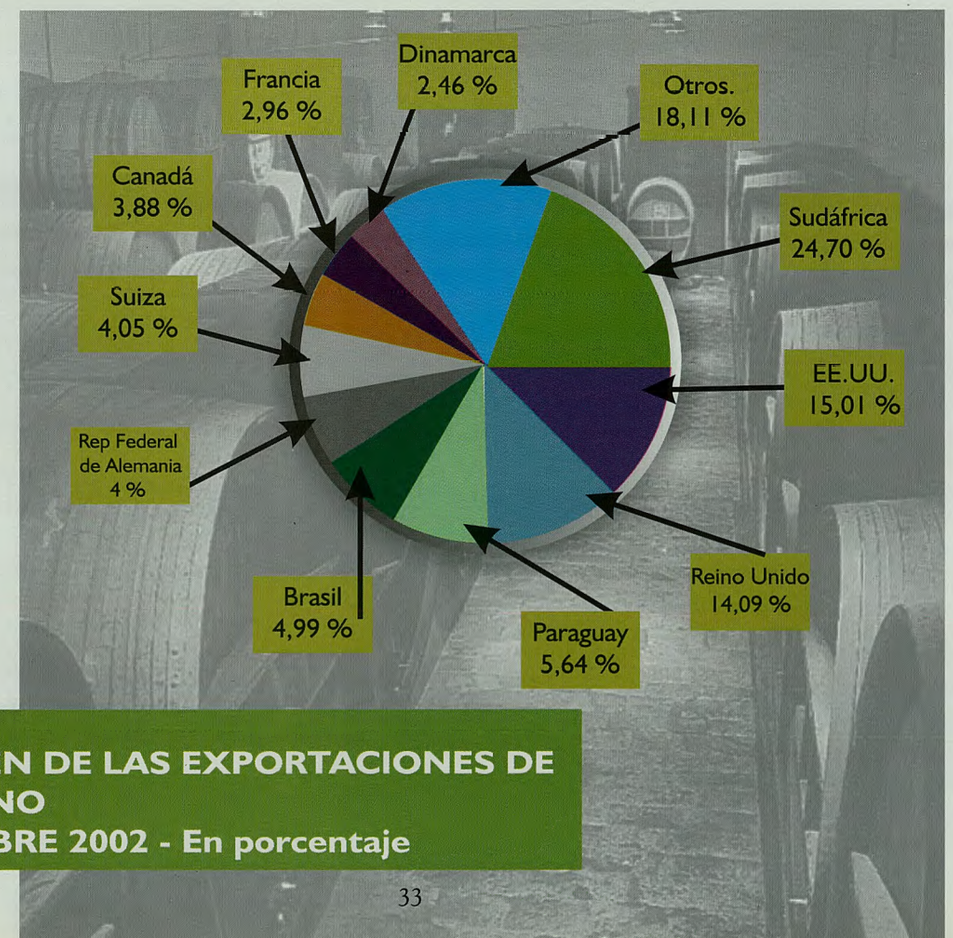
LLEGA LA REINA VENDIMIAL

Así, merced a la iniciativa de un precursor de origen español, don José Trianez Diaz, se realiza por primera vez una Fiesta de la Vendimia fuera del ámbito íntimo de las hileras ya que desde el siglo pasado los trabajadores celebraban el final de la cosecha tocando la guitarra, cantando y bailando cuecas y gatos cuyanos, para

EXPORTACIONES

VOLUMEN DE LAS EXPORTACIONES DE VINO DE MESA DICIEMBRE 2002 - En porcentaje





VOLUMEN DE LAS EXPORTACIONES DE VINO FINO DICIEMBRE 2002 - En porcentaje

LITOGRAFÍA CUYO S.A

UNA EMPRESA MENDOCINA CON PROYECCIÓN INTERNACIONAL

Por Lucas J.L. Sarcinella
Presidente Litografía Cuyo S.A.

LITOGRAFIA CUYO S.A., nació en 1941 fundada por Leonardo Manuel Sarcinella, mi padre. Como inmigrante italiano fasanés que era, conoció el trabajo duro y gracias a su gran carácter y fuertes convicciones, llegó a ser un pionero en las Artes Gráficas, marcando un nuevo estilo en Mendoza, con la incorporación del Sistema Offset de Impresión, abasteciendo de impresos a gran parte de las industrias de Cuyo.

Falleció muy joven, a los 51 años, en 1963, año en que al finalizar la secundaria, me hice cargo de la imprenta. Mi espíritu superador e inquieto me llevó a recorrer muchos países y luego de visitar Alemania (Cuna de las Artes Gráficas) y conocer industrias y litografías de primer nivel, descubrí y aprendí más a fondo las técnicas gráficas. Con la incorporación de nueva tecnología y mano de obra altamente especializada, la Litografía fue creciendo y tomando nuevos rumbos.

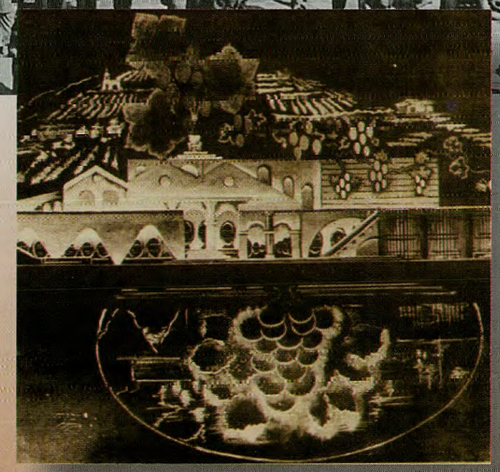
A lo largo de estos casi 40 años de nueva vida, LITOGRAFIA CUYO S.A., se ha convertido en un establecimiento gráfico de gran envergadura y prestigio, que ha sabido conquistar el mercado con presencia, renombre y respeto, generando negocios, capacitando al personal y brindando impresos de excelencia, reconocidos no sólo en Argentina, sino también en el exterior.

Con orgullo y satisfacción, puedo decir que en la década del 70 fuimos los primeros en el interior del país en adquirir equipamiento tecnológico de nivel internacional de 4 colores simultáneos y en los 80 lideramos tambien con una máquina de 6 colores y comenzamos así nuestra exportación.

Contamos con una planta impresora de más de 5000 m cuadrados cubiertos y todo nuestro equipamiento es de tecnología de avanzada como: la Maquinaria Alemana Offset Roland de 4 y 6 colores más barniz en línea, con impresión de frente y dorso, la Maquinaria Suiza Blumer para conteo, troquelado y enfajadora, la Maquinaria Alemana Heilderberg de hot stamping y la nueva adquisición, la Nilpeter FA 2500, Maquinaria Danesa de impresión flexográfica en bobina para autoadhesivos. Además equipos periféricos como guillotinas, troqueladoras, barnizadoras y las materias primas de primera calidad.

Con esfuezo mancomunado y capacitación constante, en el 2000 certificamos el Sistema de Gestión de Calidad "Normas ISO 9002" otorgado por la Organización Franco-Inglesa Bureau Veritas Quality International, verdadero orgullo para la Empresa toda y nuestro próximo objetivo es certificar la "Norma 14.001 de Medio Ambiente", otra gran obligación hacia nuestra comunidad.

LITOGRAFIA CUYO S.A. es una empresa familiar que continúa hoy 2003, creciendo junto a la tercera generación Sarcinella y ejerciendo el compromiso de salvaguardar sus productos con calidad, ética y servicio, haciendo frente a los tiempos difíciles que corren.
Más de 60 años de vida avalan nuestro respeto.



posteriormente elegir una niña entre todas las cosechadoras que coronaban con racimos de uva. El mes elegido para esa primera fiesta en la ciudad, fue abril, oportunidad en la que comenzó el primer desfile de hermosos carruajes.

Hubo un largo período de 33 años en que no se realizó este acontecimiento, pero la memoria y el deseo del pueblo y la acción de funcionarios visionarios como don Guillermo Cano y Frank Romero Day, permitieron que en 1936, un decreto provincial institucionalizara la primera fiesta vendimial.

El estadio de Gimnasia y Esgrima en la noche fundacional albergó a 25 mil personas. Allí se consagró primera Reina de la Vendimia a Delia Larrive Escudero, representante de GodoyCruz. En ese entonces, recibió el primer premio Ernesto Fluixá. Al año siguiente, se inició el diseño de carros alegóricos. El carrusel vendimial prefiguró los actuales desfiles. Así resultó electa la segunda soberana vendimial, Elia Rico.

Por primera vez, se cobra entrada para asistir al espectáculo y se lanzan al cielo centenares de fuegos de artificio. El espectáculo central y el carrusel se complementaron con un desfile de góndolas en el Lago del Parque.

En el 38, se cambia el escenario en busca de mayor espacio para el público. El lugar elegido es la rotonda del Parque General San Martín. Pero 1939 es el año de las grandes innovaciones: se realiza por primera vez la Bendición de los Frutos, utilizando el escenario del Parque. Se representó una gran catedral y por primera vez se decora el escenario. Se abandona la tradición instaurada en el 36, cuando se elegía la reina y ella daba la orden de iniciar los festejos. La elección y coronación de la reina pasa a ser el instante que cierra la noche. Por primera vez, el Carrusel deja atrás las calles del centro y se interna en la ciudad.

Con el nombre de Corso de los Carros Alegóricos, nace lo que en el futuro se conocerá como Vía Blanca de las Reinas. Se completan los símbolos litúrgicos que entrañan los festejos. La imagen

de la Virgen de la Carrodilla es transportada hasta el proscenio para presidir los actos de la Bendición de los Frutos.

En 1940, se instala un escenario flotante en el interior del Lago del Parque General San Martín, tras la presentación de 250 artistas y el clásico desfile de góndolas. Luego de los actos, los organizadores ven la necesidad de mayor espacio para albergar al público, que aumentaba sin cesar, y la incorporación de luces como especial motivo de atracción.

En 1943, se decide el retorno del escenario a la rotonda, para ofrecer la primera trama argumental de la historia vendimial.

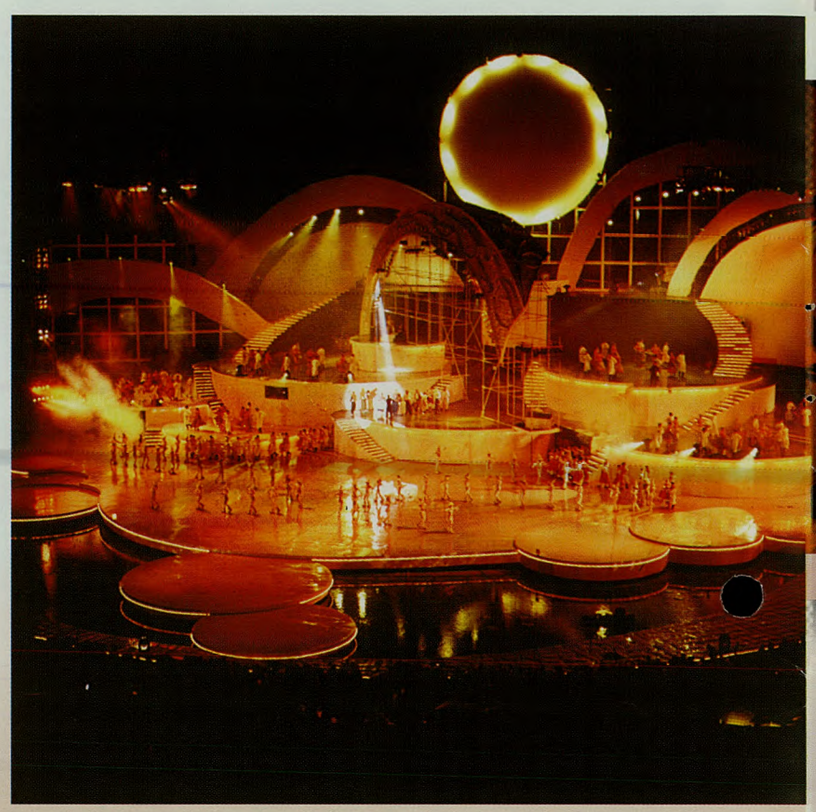
En el 44, se adopta una marcha oficial. La elegida es Canto a Mendoza, cuya primera grabación fue realizada por Francisco Canaro, con la voz de Hugo del Carril.

Pero ya en el 63, la Fiesta adquiere su escenario definitivo: ocupa el Teatro Griego y de esa forma se inicia la expansión hacia los cerros para los espectáculos de luz y sonido.

La Fiesta nació grande pero fue creciendo en forma y contenido. La elección de la soberana vendimial es un homenaje a la sacrificada tarea de la mujer en el surco. La reina se convertirá en verdadera embajadora de Mendoza, con la misión de difundir las virtudes de su pueblo y la belleza de su tierra.

Según los responsables de cada puesta en escena, la escenografía abarca 3.000 metros cuadrados y se utilizan 25.000 luminarias, 3.500 placas de chapadur, 2.500 m2. de madera, 4.000 trajes entre bailarines, actores y figurantes, 500 kilos de fuegos de artificio, y participan cerca de 1.000 personas en total, entre las que van a escena, las que se desempeñan entre bambalinas o están en el comando de luces, sonido y coreografía y las reinas y sus cortes.

De esa forma, la Fiesta de la Vendimia ha llegado a ser, como los buenos vinos, una celebración con espíritu propio, a la mejor manera de las creaciones duraderas.



Uno de los factores importantes en la evolución del vino fueron los recipientes en que se almacenaba y/o transportaba el vino, una vez elaborado, éstos son:

Los Odres: bolsas de cuero convenientemente plegadas y cocidas, las que luego eran untadas con brea en el exterior.

Las Ánforas: eran de barro cocido, más un tratamiento con resinas tanto en la parte interior como exterior.

En cuanto a los Recipientes de Madera que hoy conocemos, de los cuales los más comunes son los Toneles y Bordalesas, según Plinio (23-79 d.C.) los Celtas de las Galias, ya construían barricas de madera.

La tonelería tomó auge durante los años 120 a 180 d.C. bajo la dominación del Emperador Marco Aurelio.

Los primeros recipientes de madera fueron construidos con listones de roble. Estos listones tenían el nombre de "Duelas" y estaban asegurados con fuertes trenzas de cuero que posteriormente fueron reemplazados por aros de mimbre y luego de hierro.

Lo primero fue la Barrica, con Duelas derechas, hasta que se descubrió el "vientre".

La vasija Tronco-cónica o "Cuba", es una vasija posterior y constituye hasta hoy la clásica vasija de fermentación en muchas regiones.

Le sigue el Tonel de madera, de gran capacidad pero tenía problemas para conservar el vino, pues una vez abierto, debía vaciarse rápidamente, pues ya en contacto con el aire, el vino se echaba a perder.

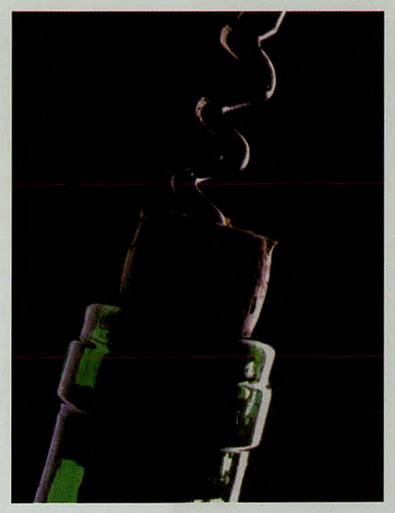
El vino de las Barricas no pudo ser suave, pues incorporaba al vino los taninos de la madera que aumentaban su aspereza. Ésto fue corregido con el quemado o tostado que se emplea hoy.

Cuando se empezaron a utilizar recipientes de vidrio con el cierre conveniente del corcho, la elaboración del vino dió un gigantesco paso hasta llegar a ser la principal industria de muchos países.

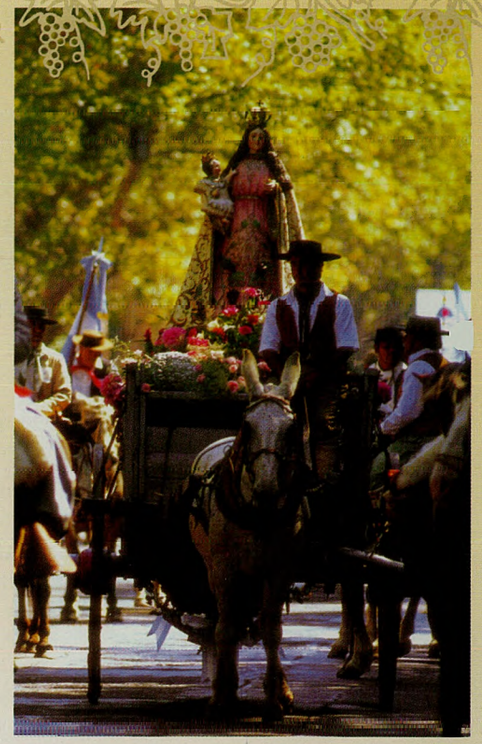
LOS RECIPIENTES

LA IMPORTANCIA DEL CORCHO

La importancia del corcho en una botella de vino cumple varias funciones algunas básicas y otras que se han ido incorporando debido a los procesos de comercialización.
La más importante es conservar el producto en la botella, tapar, obstruir. La calidad del corcho refleja la del vino que protege.
Para cumplir eficientemente esta tarea, las dimensiones del corcho deben adecuarse perfectamente a las de la botella.
Vamos a encontrar de distintos tamaños (desde 35mm a 59mm).
Naturales y reconstituidos.
Corchos para vinos finos y para champagne, que son de diferente forma.
Por razones de comercialización, la función estética es cada vez mayor. Ofrecer a los clientes un vino de buena calidad significa también ofrecer una botella linda, una etiqueta bien presentada, llamativa, moderna.
El corcho debe tener por supuesto, estas características.
El diseño de la gráfica de los corchos, ha avanzado: se implementan letras plenas, antiguas, reforzadas, negritas, imágenes simples. Cada proveedor tiene obligado marcar el corcho para identificar la empresa de donde proviene porque si hay problemas con el vino, el mismo bodeguero puede determinar el origen del vino a partir el corcho.
Los países productores de materias primas son pocos en el mundo. En Europa, principalmente España, Portugal, sur de Francia, y en Córcega una pequeña parte. Un país que está desarrollando bastante la materia prima es Marruecos.
Por ley, un productor de corchos trabaja con las normas ISO 9002, que requieren tintas alimentarias que deben ser aprobadas por la FDA (Food Endrug Administration). Hay tintas migrantes o que pueden colocarse en corchos para tintos o para blancos. Las tintas son de colores primarios, negro o azul-violeta. El marrón está dado por el grabado a fuego, lo que permite más precisión, porque las tintas tienen el inconveniente de que chorrean. Con el fuego no hay ninguna forma posible de contaminación. Ambos sistemas se utilizan por igual. Algunos clientes prefieren un sistema u otro: para evitar problemas de contaminación, eligen el fuego; para un marcado más oscuro, las tintas.
Se está tomando conciencia, sobre todo en Sudamérica, de la importancia de la presentación del producto. Se está comprendiendo que no sólo debe mejorarse la calidad del vino.
También debe mejorar el packaging para operar sobre un mercado cada vez más competitivo. Un país como Argentina que está presentando sus vinos en el exterior, debe producirlos tan atractivos por dentro como por afuera.



VIRGEN DE LA CARRODILLA



Por el año 1811 un español, Don Antonio Solanilla, resuelve afincarse en Mendoza. Entre sus pertenencias traía una imagen de la Virgen que apareció a unos mineros muy pobres de Aragón, sobre una carrocilla que utilizaban para el trabajo, tenía el niño en una mano y en la otra granos de uva, creyente de la Virgen le construye una capillita cercana a su casa.

Cuentan que una noche de terrible tormenta de piedra, sacaron a la Virgen de la capillita en actitud de ruego y la tormenta cesó de inmediato, por milagro. La fe de los lugareños la convirtió por voluntad popular en la Patrona de los Viñedos Mendocinos.

En 1938 las autoridades eclesiásticas reconocieron esta nueva advocación de la Virgen María nacida en Mendoza, como Nuestra Señora de la Carrodilla, transformación regional de la palabra "carrocilla".

La Provincia la declaró Patrona Celestial de los Viñedos el día 13 de febrero, creando así una nueva celebración provincial.

BENDICIÓN DE LOS FRUTOS

Acto artístico - religioso. Litúrgico en su forma y religioso en su esencia.
Es uno de los actos protagonistas de la Vendimia de carácter artístico - religioso . Se agradece a Dios la cosecha y el vino nuevo. La ceremonia comienza con un acto simbólico: El golpe de la reja, herramienta que simboliza al hombre que labra la tierra. A continuación se realiza el ritual religioso, bajo la protección de la Virgen de la Carrodila.
a ceremonia religiosa es oficiada por el arzobispo de Mendoza, y a ella asisten el gobernador de la provincia y otras autoridades provinciales y municipales, la Reina Nacional de la Vendimia, las reinas departamentales y una gran cantidad de mendocinos y turistas.
La iglesia que hoy alberga a la Virgen es la Parroquia de la Carrodilla, ubicada el Luján de Cuyo, donde recibe amor y plegarias de los cosechadores.

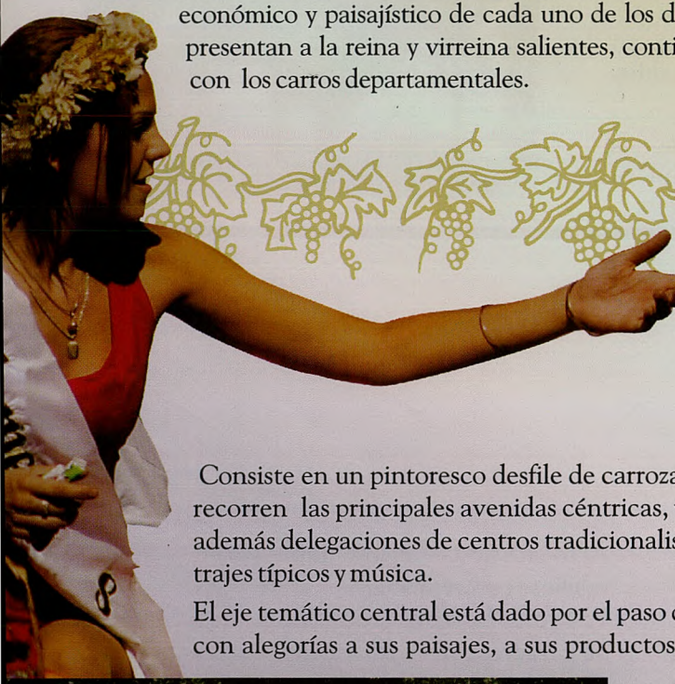
VIA BLANCA

La Vía Blanca, junto con el Carrusel son los festejos que más gente concentran en las calles. La cantidad de público en las últimas décadas ha sido de 150.000 a 200.000 personas, aproximadamente

Este festejo tan popular en la actualidad en realidad surgió con posterioridad al Carrusel, por una casualidad.

En 1.940. una fuerte tormenta impidió la realización del espectáculo central y la elección de la Reina se hizo en el Plaza Hotel. Este accidente climático determinó que se organizara un desfile de carros con el nombre de "Corso de los Carros Alegóricos", el lunes posterior a la elección.

Desfile nocturno de las reinas departamentales y su corte en los carros alegóricos que muestran el potencial económico y paisajístico de cada uno de los departamentos. Encabezan el desfile los carros que presentan a la reina y virreina salientes, continúa con las reinas nacionales invitadas y culmina con los carros departamentales.



EL CARRUSEL

Consiste en un pintoresco desfile de carrozas con las reinas departamentales y sus cortes, que recorren las principales avenidas céntricas, y desfile de jinetes con atuendos típicos. Se suman además delegaciones de centros tradicionalistas, y las colectividades de diversos países, con sus trajes típicos y música.

El eje temático central está dado por el paso de los carros de los 18 departamentos provinciales, con alegorías a sus paisajes, a sus productos, a su identidad. Se destaca la reina, candidata al trono mayor, rodeada por su corte de lindas jóvenes que representan a cada distrito del terruño comunal.

Desfilan además reinas provinciales y nacionales especialmente invitadas, que simbolizan otros eventos y motivos.

Es así como desfilan los paisanos con sus mulas, caballos, carros de carga, de cosechas y carretas, como símbolo del trabajo rural y del cruce de la Cordillera por el Ejército Libertador.

La salida es desde los Portones del Parque Gral. San Martín, Emilio Civit,

Sarmiento, Chile, Las Heras,

San Martín, Colón y Mitre.

RESFRÍO COMÚN

Los consumidores moderados y permanentes de vino son más resistentes que los abstemios a los resfríos comunes.

OTRAS ENFERMEDADES

El consumo moderado de vino aparenta ser beneficioso para reducir o prevenir más enfermedades y problemas de salud de los que se tenía en cuenta y que se detallan a continuación: diabetes, reuma y artritis, quebraduras de huesos y osteoporosis, cálculos renales, enfermedades digestivas, stress y depresión, mal estado físico en las personas mayores, mal de Parkinson, mala memoria, cáncer pancreático, hepatitis A, úlcera duodena , anginas, gastritis tipo B, degeneración muscular. Algunos ejemplos son los siguientes:

Acción sobre el estómago:

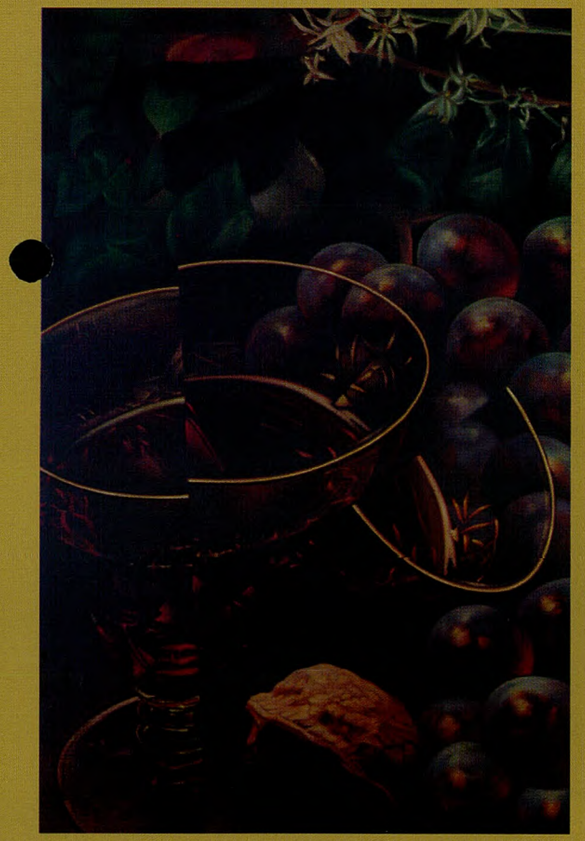
El vino tiene un efecto protector contra el riesgo de úlcera gastroduodenal, especialmente por la inhibición de la formación de Histamina. El estudio de Peterson mostró que el vino estimula la secreción gástrica del estómago.

Acción sobre la vesícula biliar:

Ciertas sustancias del vino – ácido cinámico – estimulan la secreción biliar. Gracias a este mecanismo el vino puede aportar una considerable ayuda a la digestión de una "comilona" . En efecto, acelera la digestión de las grasas en el intestino delgado.

Acción sobre el páncreas:

Ha sido demostrado que en pequeñas dosis, uno a dos copas por comida, el vino mejora la sensibilidad a la insulina, la hormona pancreática cuya función es hacer bajar la glucemia. Se ha podido confirmar que a bajas dosis, tomando el vino cotidianamente con las comidas y sin excesos, el vino tinto rompe este círculo vicioso hiperinsulinismo-insulinorresistencia, mejorando la sensibilidad de los tejidos a la insulina, lo que contribuye a aliviar la diabetes.



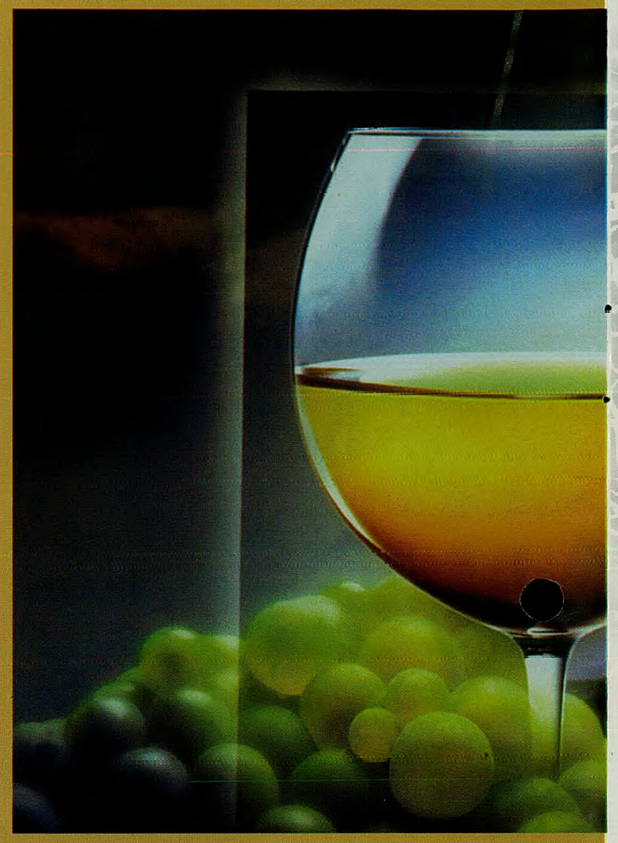
EL VINO Y EL SOBREPESO

En pequeñas dosis (una copa de vino al final de la comida), el vino puede contribuir al descenso de peso. También contribuye a disminuir la glucemia y corregir el hiperinsulismo, responsable del aumento de peso. El Dr. William Rumpler del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos concluye en las bases de su estudio, que "el consumo moderado de vino no tiene influencia en el aumento de peso" . Un estudio completo reciente incluso descubrió que los que consumían vino fueron los sujetos más delgados. La razón por la que el vino generalmente no lleva a incrementar el peso es sujeto de debate e investigación. De todas maneras una cosa está clara: La mayoría de las investigaciones médicas de los últimos 10 años han encontrado que el consumo moderado de vino no contribuye al incremento de peso. Algunos de estos estudios son muy extensos. Uno de los estudios fue de 80.000 y otro incluyó a 140.000 personas. Los resultados de estos estudios no pueden ser ignorados.

muy inferior (60% a 70% de disminución) comparado con los abstemios (no consumidores) (riesgo 100), los consumidores esporádicos (copas el fin de semana) (12% de menos) y los grandes consumidores (más de 6 a 7 copas por día) (8% de menos)".
Un estudio del Instituto Nacional de Abuso de Vino y Alcoholismo asegura que "La totalidad de la evidencia del alcohol moderado y CHD (enfermedad coronaria del corazón) sostiene el juicio de la relación causa-efecto... hay beneficios cardioprotectores asociados con una ingesta de vino responsable y moderada."

¿Cómo el vino reduce las enfermedades del corazón?
Se ha demostrado y se está en vías de confirmación permanente, que el consumo moderado de vino incrementa la salud y la longevidad en muchas formas, incluyendo las que siguen:
El vino incrementa el perfil de los lípidos en sangre. a) incrementa HDL ("bueno") colesterol; b) decrece LDL ("malo") colesterol.
2. El vino decrece la trombosis (sangre espesa) : a) reduce las plaquetas; b) reduce fibrinogenia (sangre espesa) y c) incrementa fibrinolisis (el proceso por el cual lo espeso de la sangre se disuelve)
3. El vino actúa a través de caminos adicionales: a) reduce los espasmos en la arteria coronaria en respuesta al stress; b) incrementa el fluido de sangre a las coronarias; c) reduce la presión sanguínea; d) reduce el nivel de insulina en la sangre; e) Incrementa los niveles de estrógeno.
4 El consumo moderado de vino es también aparentemenle efectivo para reducir la incidencia de un amplio rango de enfermedades y otros problemas de salud.
Muchos e importantes son los trabajos sobre las bondades del vino en la salud, en particular en otras áreas además de las relacionadas con el corazón, que debemos mencionar.

ATAQUES CARDÍACOS
Estudios recientes publicados en el Journal American Heart Association encontraron que el riesgo de ataques al corazón de los abstemios es el doble que en los bebedores moderados. La Asociación Americana del Corazón ha reportado



que el consumo moderado de vino, disminuye drásticamente los riesgos de sufrir paros cardíacos tanto en el hombre como en la mujer, sin tener en cuenta la edad o etnia.

HIPERTENSIÓN
Otro estudio reciente de la Universidad de Harvard ha encontrado los menores niveles de hipertensión entre los adultos jóvenes que consumen de dos a tres copas de vino por día.

ENFERMEDADES PERIFÉRICAS DE ARTERIAS
Estudios de Harvard han descubierto que los consumidores moderados de vino tienen 1/3 menos de posibilidades de sufrir enfermedades periféricas de arteria (una causa común de muerte entre la gente mayor) que aquéllos que consumen menos de una bebida alcohólica por semana.

BODEGA LEONCIO ARIZU:
UN SUEÑO HECHO REALIDAD

Como tantas otras historias de inmigrantes, Don Leoncio Arizu, siendo sólo un niño, se embarcó en la aventura americana, dejando atrás su Unzué natal en los Pirineos españoles, con el sueño tan deseado del cultivo de la vid y la posterior conquista vitivinícola.
Junto a su primo Balbino inició el camino, trabajando para él. Al llegar a la mayoría de edad, estuvo a cargo de la planificación de los viñedos en terrenos de Villa Atuel, Pero no conforme totalmente con ello, se agudizó en él la idea de la bodega propia e invirtiendo sus ahorros fue comprando viñas y elaborando sus uvas.
Recién en 1919 cuando cumplía funciones de gerente general de Arizu S.A., se independizó. Su primer establecimiento fue en Luján, pero en el año '30 se trasladó a Mayor Drummond, donde aún hoy funciona la bodega.
En 1933, su hijo Saturnino lo acompañó enriqueciendo el hacer y al fallecer Don Leoncio en 1962, fue él quien tomó la presidencia.
Los constantes cambios superadores se sucedieron en el establecimiento y del antiguo molino, sólo resta un cuerpo. En el año 1988 se realizó la gran transformación de la fachada que luce altiva un estilo sudafricano, con molduras, curvas y ventanas chicas con cuadrículas.
Caminando el tiempo le siguieron los nietos Raúl, Alberto y Roberto.
Así hoy a sus 102 años de vida, la cuarta generación, se hace presente para que juntos todos, nietos y bisnietos, trabajando duro, consoliden esta gran bodega, que cuenta con una capacidad de vasija de 5.500.000 litros y con una elaboración de 3.000.000 litros, exportando el 40% de la venta. Con sus propias fincas EL Paraíso, Los Nobles, Don Leoncio, La Linda y La España, de Las Compuertas, Maipú, Vistalba y Carrodilla cubren 650 hectáreas, de las cuales 550 están en producción.
La grandeza de sus vinos reside en la búsqueda de la sintonía entre la uva y el suelo, donde la tecnología razonable no se opone a la naturalidad del vino, obteniendo así su personalidad.
Por todo ello Arizu, es sinónimo de hacedores de grandes vinos, con sus afamadas marcas Luigi Bosca, Finca La Linda, Finca Los Nobles y sus champagnes Boheme y Luigi Bosca.

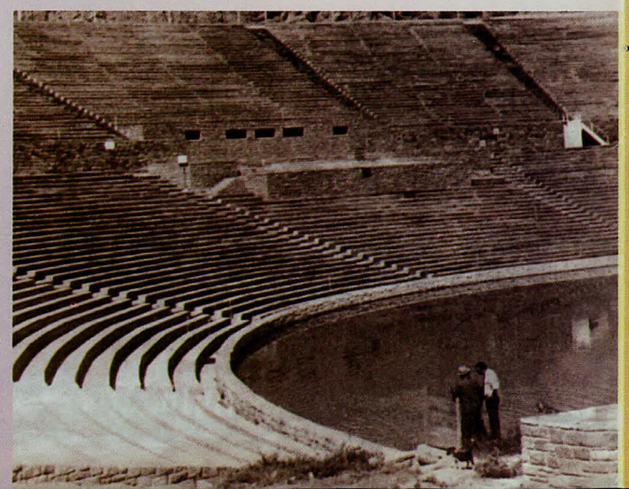
ARIZU

ACTO CENTRAL

Todo culmina la noche del primer sábado de marzo, con un espectáculo central en el Teatro Griego Frank Romero Day, ubicado al pie del Cerro de la Gloria en el Parque General San Martín.
Se realiza entonces la elección y coronación de la Reina Nacional de la Vendimia, después de una fiesta que muestra una serie de cuadros representativos de la vida mendocina, la rural y la urbana.
La fiesta Central es organizada a través de un guión artístico y la participación de cientos de bailarines y actores sobre un escenario de importantes dimensiones.
De esta manera, las expresiones artísticas y los productos de esta tierra se conjugan en una fiesta de luz, sonido y color multitudinaria con un sello local.
El domingo todo el espectáculo se repite, agregándose números artísticos con intérpretes de jerarquía nacional y un gran despliegue de fuegos artificiales.

TEATRO GRIEGO

Enclavado en la falda de los cerros del pedemonte mendocino que lindan el Parque General San Martín, el "Teatro Griego Frank Romero Day" sirve de escenario desde 1963 para la culminación de los festejos vendimiales. El recinto permite albergar a los 21.686 espectadores que, cómodamente sentados, participan del espectáculo de luz, color y sonido, y a otros tantos que toman ubicación en las laderas de los cerros aledaños.



SALUD

LAS FACULTADES MÉDICAS DEL VINO

EL VINO Y LA LONGEVIDAD

Ya a fines del siglo XIX había evidencia de que el moderado consumo de vino estaba asociado con la disminución del riesgo de ataques de corazón. Esa evidencia ha continuado creciendo a través del tiempo. Una mirada a las investigaciones que se efectuaron desde 1900 y hasta 1986 mostraron una fuerte y consistente relación entre el consumo moderado de vino y la enfermedad de la arteria coronaria en particular.
Hace varios años el Comité Técnico para las enfermedades cardiovasculares de la O.M.S, aseveró que la relación entre el consumo moderado de alcohol, y en especial vino, y la reducción de la muerte por enfermedades del corazón, ya no podría ser puesta en duda. Todo ello podría resumirse así:

Los bebedores moderados de vino también a vivir más que los abstemios o grandes bebedores

Estudios de Harvard encontraron que el riesgo de muerte por todas las causas era del 21 al 28% más bajo entre los hombres que bebían vino, especialmente tinto, moderadamente, comparado con los abstemios. Un estudio de la Harvard Nurses Health sobre 85.000 mujeres encontró una mortalidad sumamente reducida entre las bebedoras moderadas.

Los bebedores moderados tienden a disfrutar de mejor salud que los que no beben o grandes bebedores

Un estudio en Estados Unidos revela que los bebedores moderados que beben vino a diario (2 a 3 copas) experimentan significativamente menos hospitalizaciones de urgencia. Asimismo, un estudio en el mismo país, encontró que la consumición moderada de vino está asociada con los índices más favorables de salud.

Los bebedores moderados sufren menos ataques al corazón que los que no beben o son grandes bebedores

Las investigaciones de Harvard han identificado que el moderado consumo de vino, dos a tres copas diarias durante las comidas, es un camino eficaz para reducir el riesgo de sufrir la enfermedad de coronaria del corazón.
Una revisión exhaustiva de todos los estudios de enfermedades del corazón, encontró que: " El consumo de vino está relacionado con la mortalidad, donde los consumidores moderados de vinos en forma diaria tienen una mortalidad

MITOLOGIA DEL VINO

La Mitología atribuye a Osiris para los egipcios, a Dionisio para los griegos y a Baco para los romanos; como sendos dioses que crearon el vino para regocijo de los hombres.

El politeísmo de los griegos caracterizaba a Zeus, el Dios máximo dol Olimpo, como gran conquistador de insaciable virilidad y en consecuencia padre de incontables hijos. Uno de ellos fue Dionisio, travieso y curioso desde muy jovencito que terminó por descubrir las viñas y luego la elaboración del vino.

Las celebraciones consistían en acompañar al Dios y a las Ménades, ninfas vendimiadoras dispuestas para cualquier cosa, en alegre cortejo. Los seguidores portaban racimos de uvas y todos sin excepción con la corona de pámpanos.

En Roma, cambia el nombre por el de Baco, hijo del dios Júpiter. Baco enseñó a los romanos a cultivar las viñas y elaborar el vino.

El pueblo romano también le rendía celebraciones a Baco. En dichas fiestas eran castigadas las mujeres que tomaban vino, sólo podían hacerlo las Bacantes, y para ello tenían que ser jóvenes, hermosas y si fuera posible, desprejuiciadas.

Sólo los egipcios permitían beber vino a las mujeres. Los egipcios decían que el gran dios Osiris, esposo de Isis, era el inventor del vino y el encargado de enseñar la vinificación a los pobladores de las márgenes del Nilo.

LA NUEVA ETAPA

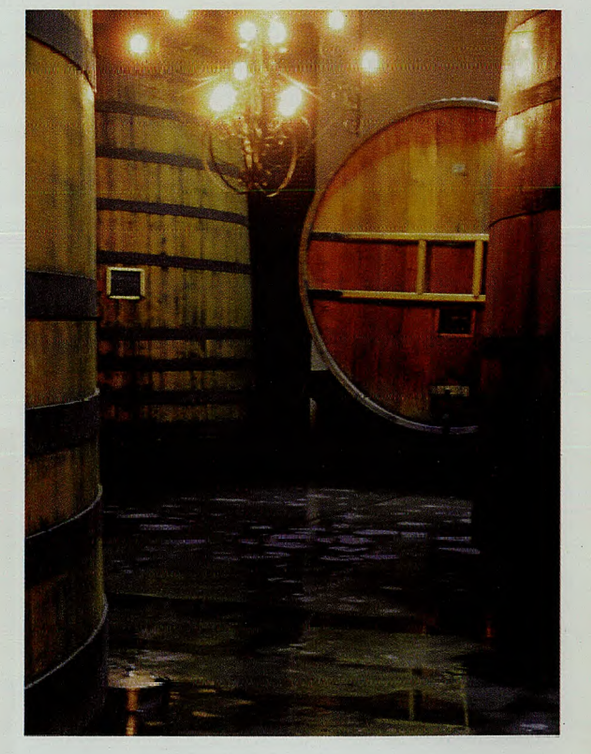
Por Ángel Vespa
Presidente Bodegas de Argentina

Hace más de un año que Bodegas de Argentina funciona como institución y es una muestra de la nueva vitivinicultura que es necesario fortalecer. A lo largo de casi todo el siglo XX, el Centro de Bodegueros de Mendoza y la Asociación Vitivinícola Argentina trabajaron por su lado. Hace unos pocos años entendieron que debían unirse y componer una nueva fuerza capaz de ayudar a todos los integrantes de la cadena productiva a competir en el mundo, allí donde se demuestra la capacidad de un sector.

La transformación de la vitivinicultura argentina comenzó a principios de los '90 con la tecnificación de no menos de 150 bodegas que se adecuaron así a los estándares internacionales, luego la implantación de más de 30 mil hectáreas de viñedos con las uvas más solicitadas por los consumidores exigentes y por último la agresiva salida comercial al mundo, donde hoy tienen presencia cerca de 1.000 marcas de vinos argentinos en más de 40 países, donde, además, compite con los más experimentados y agresivos jugadores internacionales. Por delante queda el desafío de consolidar el trabajo de más de una década.

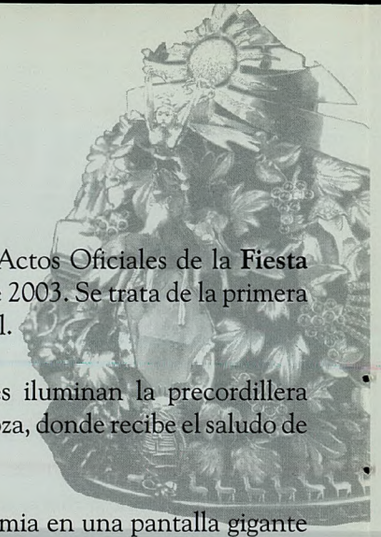
Las claves del éxito hacia el futuro serán elaborar productos de alta calidad, con precios adecuados y soportados en una elevada confiabilidad comercial. Los dos primeros atributos son hoy posibles de obtener y mantener en el tiempo. El primero porque la tecnología y el conocimiento adquirido por las empresas lo permite. El segundo, porque durante un tiempo Argentina tendrá un tipo de cambio relativamente alto que ha mejorado la ecuación de rentabilidad.

Es en el tercero, la confiabilidad comercial, donde debemos poner un esfuerzo muy importante. La promoción internacional de la vitivinicultura está en nuestras propias manos. Desde hace años un grupo de bodegas líderes y otras de menor envergadura trabajan con mucha seriedad para posicionar nuestros vinos en el mundo. Luego viene la tarea diaria de cada bodega para cumplir sus compromisos internacionales. Uno sólo que no lo haga, pone en peligro un trabajo de muchos años. El tipo de cambio actual es bueno porque permite ser más competitivos a nuestros vinos, lo cual representa una gran oportunidad para aquellos que trabajan seriamente, pero también da un marco adecuado a los oportunistas, que si desarrollan su tarea con seriedad suman en el conjunto, pero que si hacen negocios a la ligera pueden hacer peligrar un momento histórico en la proyección internacional del sector.



También los gobiernos de turno tienen que comprender que los frecuentes cambios en las reglas de juego, sumados a la enfermiza voracidad fiscal, alejan a nuestras empresas de la competitividad que necesitan para que los vinos argentinos peleen de igual a igual con los tradicionales franceses e italianos o con los más nuevos chilenos, australianos o californianos en las góndolas de los más exigentes mercados mundiales. Construir un sector confiable en el mundo es tarea de todos y como decía Borges "nadie es la Patria y todos lo somos".

Fiesta Nacional de la Vendimia
Serenata de las Reinas



Desde hace unos años, la "Serenata de las Reinas" forma parte de los Actos Oficiales de la **Fiesta Nacional de la Vendimia** y se lleva a cabo en la madrugada del 9 de marzo de 2003. Se trata de la primera aparición oficial de la Reina recién electa, ante la prensa y el público en general.

Una vez terminado el Acto Central y mientras los fuegos artificiales iluminan la precordillera mendocina-, la flamante soberana se traslada al centro de la ciudad de Mendoza, donde recibe el saludo de su pueblo entre flores y tonadas.

Este evento comienza con la transmisión en vivo de la Fiesta de la Vendimia en una pantalla gigante ubicada sobre la Avenida San Martín (Km 0). Concluido el Acto Central, desde el balcón de la Subsecretaría de Turismo, la Reina es agasajada por un grupo folclórico mendocino y la Banda de la Policía de Mendoza, mientras miles de mendocinos y turistas que se dan cita acompañan con sus voces.

La Serenata de las Reinas, evento de carácter popular, va creciendo en convocatoria con el paso de los años, convirtiéndose en un clásico de la Agenda de Vendimia.

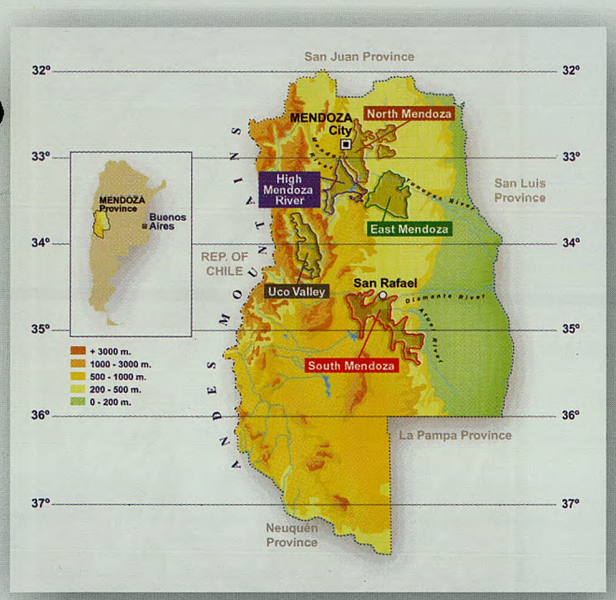
"Música Clásica en los Caminos del Vino"

En Semana Santa, por tercer año consecutivo las subsecretarías de Cultura y Turismo de la Provincia de Mendoza lanzaron el programa de Turismo Cultural *Música Clásica por los Caminos del Vino*.
Se trata de un ciclo de Conciertos realizado en locaciones especiales como plazas, parajes naturales y prestigiosas bodegas, además de iglesias. Han participado prestigiosas orquestas nacionales, provinciales, numerosas voces corales, solistas y grupos de cámara de otros países y de Argentina. Recordemos que este encuentro de música clásica pretende potenciar los lugares turísticos y el circuito *Los Caminos del Vino,* ofreciendo un excelente programa para melómanos y público en general, durante la Semana Santa.
Los conciertos son con **entrada libre y gratuita** y se llevan a cabo a lo largo de toda la geografía provincial, las locaciones para estos conciertos fueron definidas buscando el marco perfecto para las obras clásicas: importantes Bodegas, iglesias cuyos recintos revisten el valor de patrimonio histórico, la "Enoteca" de la ciudad de Mendoza y bellos paisajes naturales del sur mendocino como Valle Grande en San Rafael, La Caverna de las Brujas en Malargüe o General Alvear.
Como así también conciertos en bodegas del Valle de Uco, Luján y Maipú. Asimismo forman parte de "Música Clásica en los Caminos del Vino" las instalaciones de los centros comerciales de Mendoza y en la tradicional Plaza Independencia.

Complementado los servicios turísticos apropiados, para los públicos de este evento, todos los años se implementa transporte que recorre las bodegas participantes, iglesias y se dictan cursos especiales de cata, además de degustar en forma gratuita los mejores vinos en su tierra de origen.

Allied Domecq Argentina S.A.

Bodegas Balbi está localizada en la ciudad de San Rafael, a 37° 4' latitud sur. La altitud adecuada y el excelente clima de San Rafael ofrece las condiciones perfectas para el cultivo de uvas de la más alta calidad. La zona tiene baja humedad, mucho sol y una amplitud térmica ideal.
Ubicada al pie de la cordillera de los Andes, el área es irrigada por las aguas cristalinas de deshielo, contando con excelentes condiciones de salubridad y pureza.



San Rafael presenta baja humedad, gran luminosidad y una importante amplitud térmica. Este ambiente resulta especialmente apto para el proceso de maduración y cosecha de uvas de alta calidad.

Bodegas Balbi fue fundada en 1929 por Don Juan Balbi, quien desarrolló un próspero negocio familiar. Sus vinos fueron rápidamente reconocidos por su calidad, tornándose populares en el mercado argentino.

La propiedad incluye 106 hectáreas, de las cuales hay 45 ha. de nuevos viñedos, todos ellos alrededor del tradicional Chalet de la Bodega.
En 1992, Allied Domecq compró el 100% de la propiedad y comenzó con un plan de inversiones focalizado en:

Head Winemaker	
Location	**San Rafael City-Mendoza Province**
Winery Total Capacity:	**92.305 hl**
Concrete Tanks	79.223 hl
Stainless Steel Tanks	12.081 hl
515 Oak Barrels	1.001 hl
Grape Reception Capacity	600.000 qq
Total Production (Est.2002)	180k 9 L Cases
Total planted	61
Tota be planted	45
TOTAL SAN RAFAEL	106 ha

Producir solamente vinos de alta calidad.

- Modernizar la bodega y los viñedos con equipamiento de última generación.
- Desarrollar marcas sólidas para el mercado doméstico y de exportación.

En la Bodega se elaboran la línea Balbi de exportación en sus tres segmentos, los clásicos, los reserva y los Blends especiales. También se elabora la línea Calvet del mercado local.

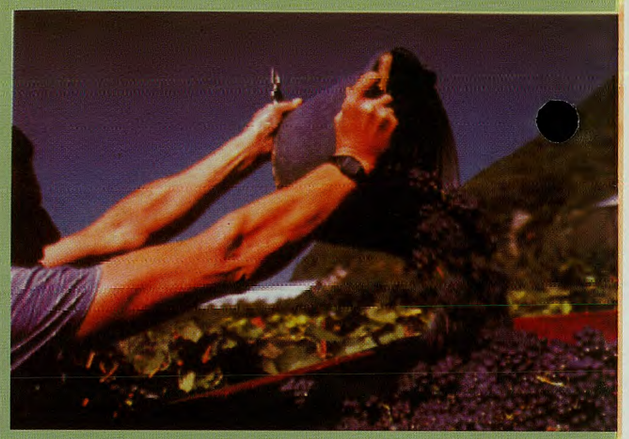
Ríos Las Tunas y Guajardinó y de los arroyos Yaucha y Aguanda, que forman el arroyo San Carlos.

Esta región es particularmente apta para el logro de acidez en las uvas blancas, y de taninos y color en las tintas. La acidez de los vinos es generalmente elevada y en muchos casos se recurre a la fermentación maloláctica. La región se caracteriza por su amplitud para la producción de una materia prima de excelente calidad tanto para la obtención de vinos blancos como tintos y permite la obtención de vinos aptos para un envejecimiento prolongado. Es actualmente la zona más importante desde el punto de vista de inversiones vitícolas.
Se destacan cepajes tradicionales como el Merlot, el Malbec, Semillón, y Chardonnay, estos últimos frecuentemente utilizados como componentes de los vinos base para la elaboración de espumantes. Entre los cultivares de reciente implantación encontramos Merlot y

Cabernet Sauvignon.

SUR MENDOCINO

Ubicada entre los 34,5º y los 35º de latitud sur y a 240 kilómetros de la capital provincial, se encuentra la segunda ciudad más importante de Mendoza: San Rafael.
En su zona de influencia, casi 3.000 hectáreas de viñedos y un importante número de bodegas forman otra de las grandes regiones del vino argentino, con productos del mayor nivel nacional e internacional.



Esta zona Sur (ubicada entre los 800 y 450 m sobre el nivel del mar) comprende exactamente los departamentos de San Rafael y General Alvear y se extiende a los pies de la cordillera principal.
Este oasis (que posee una temperatura promedio de 15ºC) es regado por los ríos Diamante y Atuel y alberga 29.440 has implantadas con aproximadamente 200 bodegas.
La variedad más característica es el Chenin, que logra una tipicidad muy marcada. Esta variedad permite la obtención de vinos afrutados con una excelente relación alcohol - acidez.

Son también interesantes los vinos logrados con Chardonnay, Malbec, y Cabernet Sauvignon, de notable concentración, destinados a los más exigentes mercados de Argentina y el resto del mundo.

En esta Vendimia disfrute Mendoza

con un nuevo concepto
en hotelería

Unico. Por clase.

Reina Victoria
Suites & Towers

San Juan 1127 Mendoza Argentina (5.500)
Telefax 4259800 (PBX)
Www.reinavictoria.con.ar
reinavictoria@con.ar

- Servicio de Recepción para todos los requerimientos de transporte, viaje y tiempo libre.
- Servicio de depósito de equipaje para huéspedes en viaje.
- Asistencia gerencial.
- Servicio de emergencias médicas.
- Estacionamiento cubierto en el hotel.
- Servicio de lavandería, tintorería y planchado.
- Equipos de facsimil disponible.
- Seguridad 24 hs. Circuito cerrado de TV.
- Piscina climatizada y Solarium.
- Sauna, masajes, jacuzzi con baño finlandés.
- Servicio de peluquería.
- Room service.
- Baby sitter a pedido.
- Canchas de golf a disposición.
- Restaurante Gourmet.
- 20 Suites para huéspedes con el máximo confort tecnológico.
- Calefacción individual con radiante por circulación de agua.
- Atención personalizada.

EL LENGUAJE DE LA DEGUSTACION

Por Ángel Mendoza

Fruto de una sinfonía química, el vino es un producto noble que, al igual que todas las materias vivientes, está sometido al ciclo del tiempo.

El **año de cosecha** indica el año de su nacimiento. En un primer momento **joven**, y luego se vuelve adulto, alcanza la madurez y sigue hasta declinar y morir. En este último estado el vino se califica de envejecido o quebrado.

Principalmente cuatro sentidos participan en la degustación: la vista, el olfato, el gusto y el tacto.

EL PLACER DE LOS OJOS

En una copa incolora, indispensable para apreciar los matices del vino, examinamos en primer lugar su color y aspecto. Se ve brillante, resplandeciente o al contrario mate o velado. **El color** de los vinos tintos **cambia con el pasar de los años** de un rojo violáceo hacia tonos púrpura, rubí, bermellón y que a su vez se vuelven ambarinos y finalmente atejados. Los vinos blancos pueden ser de color amarillo muy pálido o más sostenido, matiz limón, reflejos dorados o casi verdes (particularmente el noble chardonnay fermentado y criado en roble). Al envejecer, estos vinos de larga guarda son de color oro viejo o cobrizo.

Al girarlo lentamente en la copa, **el vino deja en las paredes piernas o lágrimas** que afirman la presencia de glicerol (un constituyente natural) que produce untuosidad y redondez , o bien de azúcar residual como en los vinos blancos de Sauternes.

Los grandes vinos tintos, se toman un tiempo para llorar en la copa, mostrando su concentración y la madurez de las uvas que le dieron origen.

Bouquet de aromas

Un vino se descubre en primer lugar por su nariz, o sea, por sus aromas, florales o frutales en función de los perfumes dominantes. En los blancos encontraremos ananá, manzana, membrillo, mango, pomelo rosado en el caso del sauvignon, y olor a pan tostado y miel en los chardonnay más maduros. Los tintos a veces florales son habitualmente frutados. Bayas rojas o negras caracterizan la juventud, transformándose luego en "bouquet ", el encanto de los vinos maduros, en los cuales uno encuentra los notables aromas de nueces, tabaco, trufas, de cuero y de caza, que le entregan la madera y el tiempo.

LAS REVELACIONES DEL GUSTO

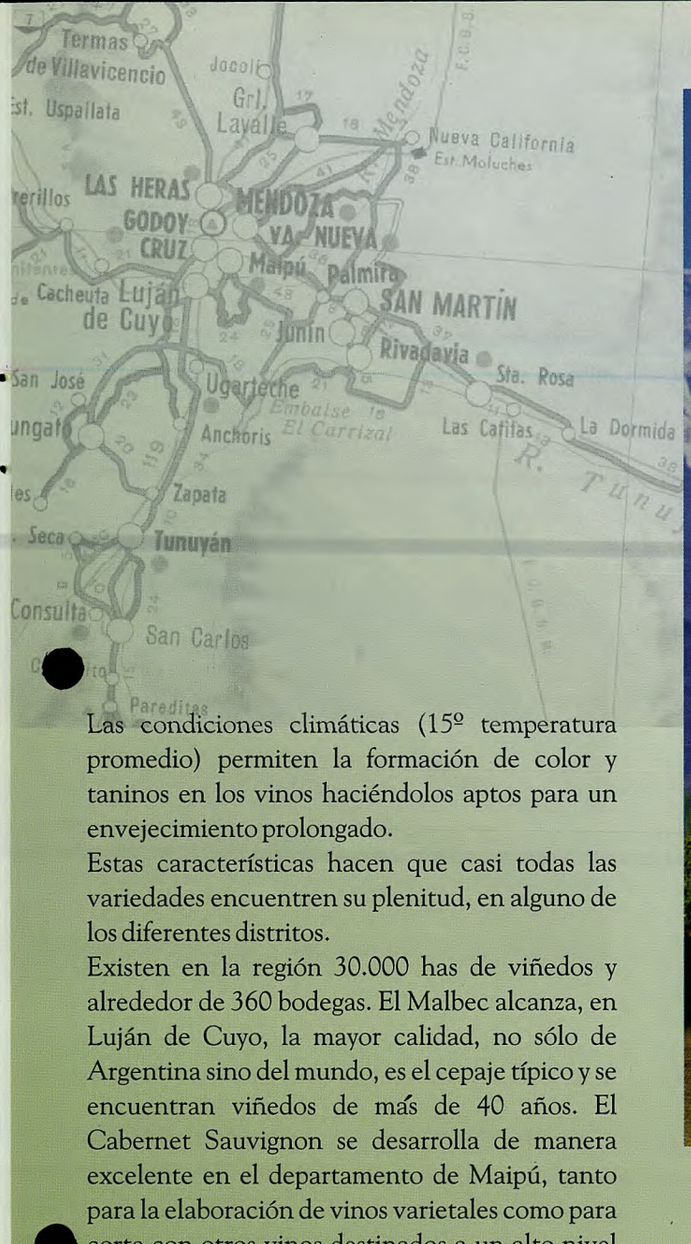
La estructura: el vino se califica de "caliente" o se dice que quema cuando es muy alcohólico. La acidez y los taninos conforman el nervio, el cuerpo que puede ser liviano, caso frecuente de los tintos muy jóvenes, o amplio, rico, sólido, generoso o armonioso cuando todo se funde en una redondez agradable, típica de las grandes añadas o de los vinos muy maduros. La duración en boca significa la persistencia gustativa en las papilas. **El sentido del tacto** registra la armonía y el buen paso del vino por la boca. Los vinos que convienen beber mientras jóvenes, son ligeramente ácidos, frescos, livianos, vivos y nerviosos. Los vinos de guarda se califican de duros, astringentes en los primeros años, para luego ablandarse y dar entonces lo mejor de sí mismos.

La fineza y la agradabilidad de un vino es la sumatoria de las delicadas sensaciones que percibe cada uno de los sentidos.

"El vino es la más sana, alegre y cordial de las bebidas".

El oído abre el espíritu y la sensualidad

Al escuchar la palabra salud (a votre santé, campay, cheers, salute, chin-chin, skol) y el tintineo del cristal, en el golpe de copas con el amigo, el amante, la familia y los seres queridos, el espíritu y la sensibilidad se abren para disfrutar la magia del vino. El oído introduce el vino en los otros sentidos del placer. Nunca dejemos de beber cuando nos desean salud. Algunos amantes del



Las condiciones climáticas (15º temperatura promedio) permiten la formación de color y taninos en los vinos haciéndolos aptos para un envejecimiento prolongado.

Estas características hacen que casi todas las variedades encuentren su plenitud, en alguno de los diferentes distritos.

Existen en la región 30.000 has de viñedos y alrededor de 360 bodegas. El Malbec alcanza, en Luján de Cuyo, la mayor calidad, no sólo de Argentina sino del mundo, es el cepaje típico y se encuentran viñedos de más de 40 años. El Cabernet Sauvignon se desarrolla de manera excelente en el departamento de Maipú, tanto para la elaboración de vinos varietales como para corte con otros vinos destinados a un alto nivel de calidad y precio. En blancos, Chardonay y Sauvingnon Blanc, logran su mejor expresión aromática, Semillon se adapta muy bien a las regiones mas elevadas de la margen derecha del Río Mendoza, produciendo un vino de excelente factura, apto para envejecer .

VALLE DE UCO

En la región del Valle de Uco se encuentra en los Departamentos de San Carlos, Tunuyán y Tupungato. Está ubicada al sudoeste de la ciudad de Mendoza entre los 33º y los 34º de latitud sur. Su temperatura media anual es de 14,2º C. Las altitudes son entre los 1.200 m en el Viejo Tupungato y los 900 m sobre el nivel del mar en la ciudad de Tunuyán, lo que favorece la gran diferencia entre las temperaturas diurnas y las nocturnas.

Los suelos resultan, por la índole de su composición físico - mecánica, muy permeables y de buen drenaje interno. La humedad relativa es de una máxima de 80% y una mínima de 35%. La zona se halla protegida de los vientos. Los predominantes tienen dirección S. -O. Son suaves, frescos y el promedio anual de velocidad es de 5,8 km/h.

El valle actualmente posee alrededor de 8.000 has de viñedos provistos de las aguas de ríos y arroyos entre los que se destacan el río Tunuyán (de régimen torrencial y módulo irregular) y sus afluentes los Arroyos Grande y Guiñazú y los

GEOGRAFIA DE LOS VINOS

ZONA ESTE

Esta es la región más importante de la Argentina en cuanto al volumen de producción. Está compuesta por los departamentos que rodean a la ciudad de Mendoza por el norte y el este .

El Este es una región muy amplia en la que se encuentra una extensa variedad de uvas diferentes. Ubicado a 33º de latitud Sur y entre 750 y 640 de altitud sobre el nivel del mar, alrededor de 60.000 has de viñedos

Esta zona, que comprende las partes cultivadas de los departamentos Junín, Santa Rosa, San Martín y Rivadavia, es la mayor productora de vinos de la provincia de Mendoza y recibe las aguas del Río Tunuyán.

El Norte comprende el departamento de Lavalle, y parte de los departamentos de Maipú, Guaymallén, Las Heras y San Martín. Abarca las áreas de menor altura sobre el nivel del mar, la altitud oscila de los 700 a los 600 m sobre el nivel del mar. En general son terrenos con poca pendiente y profundos y se encuentran bañados por aguas del Río Mendoza.

En general la región se caracteriza por producir vinos blancos como el Torrontés, Chenin, Pedro Gimenez y Ugni Blanc . Se aconseja no demorar el momento de la cosecha puesto que la acidez puede ser algo baja. Por otro lado los vinos tintos son de un marcado carácter varietal y se adaptan para la producción de vinos livianos.

Diversas variedades de uva se desarrollan en la zona, pero adquieren especial importancia el Chenin, de buena tipicidad y correcta acidez, y el Syrah, que merced al empeño de los productores de la región está dando vinos de gran capacidad de guarda.

ZONA ALTA DEL RÍO MENDOZA

La denominada "Primera Zona" de los vinos argentinos, comprende diferentes distritos de los departamentos de Maipú y Luján de Cuyo, y produce los mejores vinos finos de todo el país.

Zona Alta del Río Mendoza es un verdadero oasis para el cultivo de una amplia gama de variedades de uva fina. Estos viñedos y bodegas están ubicados entre 750 y 1100 metros sobre el nivel del mar.

vino, ya enloquecen de placer al sentir el erótico ruido de destape de una botella de champagne o el intelectual sonido al destapar una vieja cosecha de vino tinto.

LA DEGUSTACIÓN

La degustación requiere un esfuerzo de concentración y atención. Necesita sensibilidad entrenada y memoria sensorial. El degustador no nace, se hace.

Disfrute de los alimentos y bebidas saboreándolos con gusto, con tiempo y con dedicación.

Decía Pierre Poupón que degustar es leer un libro lentamente, frase a frase, para captar todo el contenido; degustar es escuchar un concierto en el más profundo recogimiento; degustar es contemplar una obra de arte, cuadro, escultura o monumento, dejándose impregnar por sus formas y colores; degustar es abrir los ojos al espectáculo maravilloso de la naturaleza; degustar es sentir el cuerpo relajarse sobre la arena de una playa soleada; degustar es estar disponible de sí mismo y del universo.

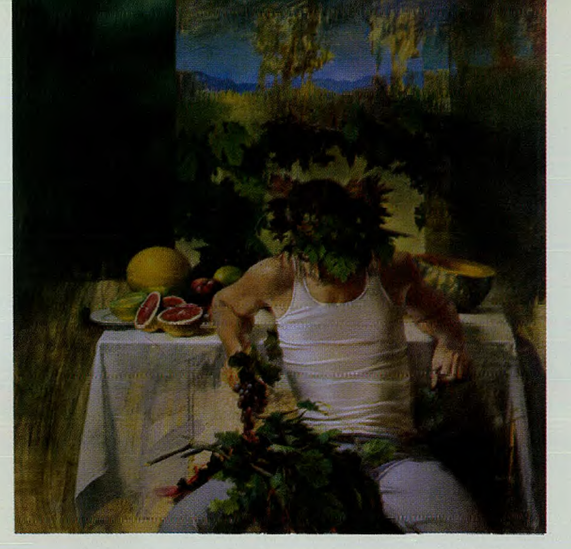
En resumen, saber degustar es saber vivir.

Por eso **Ángel Mendoza,** nominado "Hacedor de vinos 2000", **les brinda 10 consejos para una mejor amistad con el vino.**

Saborear buenas comidas y vinos es uno de los placeres de la vida, heredado de culturas mediterráneas.

Para disfrutar la buena vida y los vinos es necesario **cultivar los sentidos** (vista, olfato, gusto, tacto, oído y... sentido común).

Para buenos vinos - buenos amigos y buenos momentos: amores, hijos, negocios, triunfos, cumpleaños, salud, reuniones sociales, comidas de gala, finos restaurantes.



Las milenarias **bondades terapéuticas** del buen vino son redescubiertas día a día. **1 a 2 copas por comida alargan la vida**, o por lo menos la hacen más sana y feliz. La tragedia del alcoholismo no se esconde en las primeras copas de una buena alimentación.

Los buenos vinos son parte inseparable de la cultura del hombre. 5000 años de rica historia, entre dioses paganos (Osiris, Dionisio, Baco) y 2000 años de grata bebida civilizada por el cristianismo.

Para apreciar mejor los buenos vinos disponga de las copas adecuadas de fino cristal blanco transparente con prolongado pie y de forma ovoide o tulipán.

Examine el buen gusto de los vinicultores para vestir y etiquetar sus vinos. Las etiquetas son obras de arte que se deben corresponder con la calidad del vino. Usted lo debe descubrir con sus sentidos.

Sea muy respetuoso y exigente con la temperatura de servicio de cada tipo de vino: los blancos refrescados entre 8º y 12º C.. Los vinos rojos 15ª a 18ª C.. Los espumosos fríos entre 5º y 8º C.. Cuando quiera saciar la sed del verano no se prive de disfrutar un vino blanco o rojo con un trozo de hielo o un chispeante chorro de soda. Será el refrescante más natural y sano.

La mejor relación entre platos y buenos vinos está por el color:

-Para comidas de colores claros: vinos blancos

-para comidas de colores oscuro- rojizos: vinos tintos

Pero... practicar la anarquía y el gusto personal es la base del placer.

· Recuerde que **"El mejor vino es aquel que le gusta a usted. Desafíe y premie a su buen gusto".**

IMÁGENES DE VENDIMIA EN EL ARTE MENDOCINO

Por Socorro Cubillos (1)
Prof. De Plástica en la Facultad Artes Visuales

Fader

Sergio Sergi. El copetín

En una breve e incompleta mirada sobre la iconografía vendimial de la plástica mendocina vemos cómo han ido cambiando las imágenes y sus significados con el paso del tiempo.

Paradójicamente, a quien se considera el iniciador del paisaje al aire libre, no parece interesarle plásticamente la visión de los viñedos. Nos deja en cambio, su conmovedora mirada sobre los efectos del alcohol.(Fernando Fader. "La Borrachera" 1918, óleo s/tela)

Más adelante, los plásticos se ocupan de plasmar parrales e hileras y de dignificar las tareas del obrero vendimiador. Ésto

Angel Pérez Vega.
Cosechadores en la viña. Oleo

responde a una búsqueda de lo regional y a un compromiso sociopolítico. (Juan Scalco. "Fraternidad de cosechadores".1969, óleo s/tela)

Posteriormente la iconografía de vendimia estuvo representada por la soledad de una mesa de bar y la compañía del alcohol.
Esta poética del vino compañero, se mantiene hasta nuestros días. (Sergio Sergi. "El copetín".1970, xilografía)

Las generaciones siguientes se ocupan además de la Patrona de los viñedos y cuando reaparece el paisaje de las vides, las formas son

El concepto de valor adquirido es fundamental para entender el diseño de packaging. El término se refiere a aquellos aspectos de un producto que sintetizan la imagen que el público tiene de él: el nombre es el ejemplo más común tratándose de una bodega y en su producto puede ser un color o una forma característica de su envase. El valor adquirido en un vino debe estar en su contenido y presentación.

REQUERIMIENTOS

En el packaging de vinos interactúan y se asocian distintos materiales como el vidrio, corcho, papel, plástico y cartón. Por lo que requiere que el diseñador valore un gran número de factores.
Transporte seguridad informe de su naturaleza responder a los deseos del cliente historia del producto y el fabricante competencia en el mercado.conducta y aspiraciones del mercado objetivo (uno de los motivos fundamentales para cambiar el packaging de un producto es: el constante cambio de opinión del consumidor) procesos de producción y sistemas de fraccionamiento.

MERCADO EXTERNO

Introducir un nuevo producto en un mercado consolidado requiere un enfoque sofisticado del diseño. Un brief sucinto, bien estructurado y bien investigado, autoriza al diseñador, permitiéndole centrarse en crear conceptos de diseño innovadores.
En el contexto de una mayor competencia, las bodegas argentinas están comenzando a desarrollar una serie de programas y campañas de introducción del producto en los mercados externos. Esta preocupación se refiere no sólo a la calidad del vino y su marketing, sino también y tan importante como lo anterior, ala estética de sus etiquetas y envases. Aunque el gran desafío para las empresas sigue siendo posicionar en el diseño de estos elementos la marca "Argentina"

TENDENCIAS

La estética de las etiquetas ha evolucionado con los tiempos, desde diseños tradicionales marcados por la fuerte referencia de los chateaux franceses y los escudos familiares, a unas más modernas, como lo es el juego de folias metálicas y relieves con el uso de novedosos papeles y barnices de diferentes brillos.
Otra tendencia, es la de las etiquetas transparentes y las de papel metalizado con colores fuertes y uso de troqueles de diversas formas. Se están buscando nuevas formas, esto se debe a las exigencias del mercado como el inglés o el japonés que demandan innovación, lo que ha impulsado que las bodegas consideren esta variable.Así como producen innovaciones en las formas, colores y su posición en el envase, los materiales también cobran importancia. Aunque todavía la calidad de impresión y el menor costo de la etiqueta engomada permite su uso masivo, la utilización de las autoadhesivas han aumentado gracias a la flexibilidad del cambio de diseños en los formatos y facilidad de etiquetado en las líneas de producción de poco tiraje. Al igual que el resto del mundo, la proporción aproximada es de 30% autoadhesiva y 70% engomada, siendo Australia donde el 90% de las etiquetas es autoadhesiva.

BOTELLAS

No obstante la importancia que tiene el diseño de una etiqueta, no hay que olvidar que la etiquetas van sobre una botella, lo que ha determinado el desarrollo de los envases y los corchos.
Aunque provienen de 4 formas básicas (burdeos, borgoña, rhin y caramañola) y 4 colores (verde, blanco, miel y ámbar), en nuestro país existen unos 100 tipos diferentes de envases. La botella que identifica al vino Argentino en el mundo es la burdeos. Pero el diseño no sólo indica una tendencia de moda, sino también un status.
Un vino caro va en una botella cara, un envase con más vidrio. Eso se logra con una picada profunda, con un cuello más alto y unos hombros más marcados. Con los colores sucede lo mismo. Si bien éstos se pueden identificar con ciertas variedades de vino, como por ejemplo el miel con el vino chardonnay, el blanco los sauvignon blanc, el verde sigue siendo color por excelencia.
El estudio Boldrini- Ficcardi se especializa en el mercado global de vinos y bebidas alcohólicas en donde actualmente asesoran a distintas bodegas de Argentina, colaborando a insertar sus productos en mercados como Asia, Estados Unidos y Europa.

El diseño del packaging es un factor clave en muchos sectores, pero en las bebidas alcohólicas, es verdaderamente uno de los más importantes. Analizar como tratan su diseño alguna de las bodegas de nuestro país, nos da un excelente punto de partida.
El vino -bebida de elite- se ha convertido en entretenimiento. Y el diseño de las etiquetas debe seguir este concepto. Beber un vino de calidad es una experiencia sensual. Mientras llena los sentidos, (cuerpo y aroma) tiene la capacidad de modificar nuestro humor y sentimientos y de ser un disparador para las memorias y un excelente motivo de reunión social.

Conscientes del diseño y de la imagen, el packaging y la personalidad del vino han emergido para convertirse en una declaración del estilo personal, una opción que dice mucho sobre el consumidor.
Por otro lado el 85% del vino es consumido 24 hs. después de ser comprado. Aparece claramente que la elección de un vino surge a menudo a través de un acto espontáneo determinado en función de la ocasión y del precio, pero también de la presentación que debe responder al estilo de los consumidores. De esta manera, aún cuando a los productores vitivinícolas les cuesta creerlo, para el consumidor, la botella es en el momento de la venta tan importante como el contenido,

WINE DESIGN.

LA CARA DEL VINO

Por Boldrini- Ficcardi

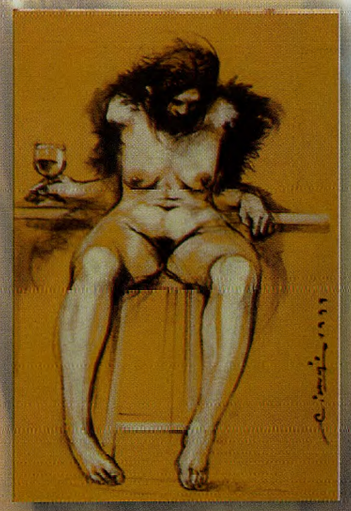
diferentes como los materiales empleados. En ocasiones, aparecen homenajes al Dios Baco, ese dios que humanizara magistralmente y para siempre, el Caravaggio. (Reproducción. Coco Russo. "Baco".1995, metal y vidrio)

A medida que nos acercamos a los plásticos más jóvenes, nos vamos alejando del paisaje vendimial,como también de una búsqueda por la identidad propia o los compromisos políticos.

En una apropiación típicamente tardomoderna, encontramos alusión a obras maestras del arte universal adaptadas al tema de la vid o

Rosas. Escultura en metal y vidrio

José Bermúdez. Entre hileras y parrales



Daniel Ciancio

el objetivo cotidiano intervenido y resignificado. (Reproducción. Fernando Rosas. "Botellero".1999, metal y vidrio)
Aparece el racimo de uva sin más, la esencia del vino hecha imagen sin otra pretensión que la puramente plástica. (Repro ducción. Gustavo Coppoletta. "Uvas" 2000, acrílico s/tela)

Tanto la iconografía como la iconografía vendimial han ido cambiando con el transcurso de los años. Desde las bacanales renacentistas a la embriaguez de la desolación, lo importante es que sea arte. (Daniel Ciancio. S/título.1999, tinta y pastel s/papel)

(1) Gentileza La Guía. Edición Especial Vendimia 2001. Subsecretaria de Cultura. Gob. De Mendoza.

OFFSET PLANO-AUTOADHESIVO EN BOBINAS
ETIQUETAS-FOLLETOS-CATÁLOGOS

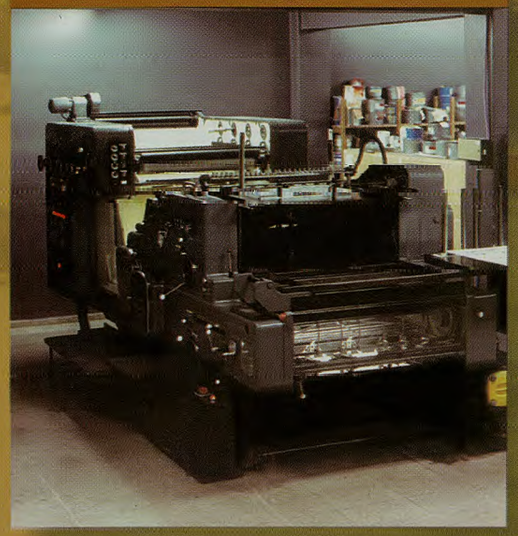
IMPRESIÓN OFFSET

TROQUELADO

IMPRESORA DE ETIQUETAS AUTOADHESIVAS EN BOBINA

SALA DE IMPRESIÓN

HOT STAMPING



José F. Moreno 1638. Mendoza (M5500AWR) Argentina.
Tel .: (0261) 438-0606. Fax: (0261) 438-0499
litocuyo@litografiacuyo.com

LITOGRAFIA CUYO S.A.

ESTABLECIMIENTO GRAFICO DESDE 1941

Excelencia en impresos