

---

**Exhibitions**

---

**Events**

---

**News**

---

**Exhibition Schedule**

---

**History + Staff**

---

**Press Room Archive**

---

**Join Press List**

---

**Contact Us**

---

---

[Imágenes de prensa](#)**SONDAS SFMOMA LA CULTURA CONTEMPORÁNEA DE HIZO MODERN**

Fecha de lanzamiento: 04 de mayo 2010  
Última actualización: 19 de noviembre 2010

Del 20 de noviembre de 2010, al 17 de abril de 2011, el San Francisco Art (SFMOMA) presentará *¿Cómo vino se convirtió en moderna: + Vino Diseño*. Esta exposición explora las transformaciones en la cultura visual en el últimas tres décadas, ofreciendo una nueva manera de entender la contemporánea del vino y el papel que el diseño ha jugado en su transformación. Organizada por Henry Urbach, Helen SFMOMA Hilton Raiser Curador de Diseño, y desarrollado en estrecha colaboración con artistas interdisciplinarios Diller Scofidio + Renfro, *¿Cómo vino se convirtió en moderno* marca la consideración global y la cultura del vino moderno como un sistema integradas ricas texturas conjunto de fenómenos culturales.

La historia comienza en 1976, año de la sentencia ahora famoso de Par prueba de sabor a ciegas, nueve expertos en vino francés pronunció un California del Norte superior a la estimada vinos franceses. Sin embargo fue criticado más tarde y reestudiados repetidas ocasiones, el evento la choque en todo el mundo ya que dio a la naciente industria del vino de otras partes del mundo, una nueva confianza, credibilidad y visibilidad. la expansión de los mercados del vino, la creciente conciencia popular con la viña, y una multitud de otras manifestaciones. A partir de este momento las nuevas prioridades como la innovación, la diversificación, la globalización

"En muchos sentidos," Urbano afirma que "el vino se ha convertido en" representación y se unió a sí mismo a otras formas de cultura", incluye visuales, artes escénicas y el cine. Y es aquí, añade, "en esta intersección contemporánea, que los significados sociales de vino revelan cuestiones de sitio y la autenticidad en un mundo cada vez más estructurada por cultura"

La exposición, diseñada por Diller Scofidio + Renfro, combina modelos de arte, algunas de reciente puesta, y presentaciones multimedia, así como cotidiana. Los espectadores se encontrarán con obras de arte, objetos cuasi-teatrales que involucran a múltiples sentidos como el olfato.

La exposición se organiza como un conjunto de galerías, de la siguiente manera:

**Entrada**

Al entrar en la exposición de los espectadores pasarán junto En [] Verit

Wegner que las cartas de más de 200 colores de pintura de casas relacionadas de largo, coloca una pared curva de 18 metros de altura, sino que relacionadas con el vino en la vida cotidiana, mientras que llamar la atención lenguaje y su relación con la percepción.

### **El Juicio de Paris**

Pocos vestigios quedan de caso real, un asunto más bien modesto a presentarán: las dos botellas de ganar, así como el original del artículo los jueces en el trabajo, Diller Scofidio + Renfro presentará un fotomural: actores vestidos de época contemporánea, evoca Leonardo da Vinci La grado de realismo. A lo largo de un borde de la galería de fotos, una presentadora de la exhibición final de la exposición, el "muro de olor."

### **Terroir**

Los espectadores pasan por detrás del cuadro para descubrir que el cuadro fotomural se ha convertido en una superficie de exhibición, que se repite del concepto de terroir se introduce. Terroir, una teoría del lugar que es la distintiva, incluso cualidades únicas de suelo y el clima se puede discutir la expansión de la viticultura en todo el mundo, terruño se ha convertido los enólogos y reclamar como propio. La instalación combina, de 17 vit una pequeña muestra de suelo, datos sobre el suelo y el clima (incluye una cita del enólogo de la comprensión de su terruño.

### **En todo el mundo del vino**

visualizaciones de datos de animación desarrollada por Robert Gerard P importantes en la producción mundial de vino y el consumo en los últimos ejemplo, por la disminución de la tierra dedicada a la viticultura en Europa regiones, y los efectos de los medios de comunicación, la cultura popular

### **Producción moderna**

Una pequeña galería yuxtapone escultura Nicolas Boulard de nuancier color que representa un espectro cromático a través de 11 botellas de vino en bodega Opus One con una vitrina grande de peluche con una selección actualidad. Un buey-Box, que sirve para acelerar el envejecimiento del para hacer el vino rojo más oscuro, se presentará junto con paquetes de los taninos, y los frijoles de roble. Citas ayudarán a los televidentes sitios sobre la forma "natural" el vino es o debería ser.

### **Terroir y Técnica**

Una proyección por Diller Scofidio + Renfro introduce una forma de "vit fotografía multispectral aérea y la tecnología de teledetección para el cultivo práctica desarrollada a través de una colaboración entre Robert Mondavi enredadera grande, suspensión y patrón, su línea de injerto presenta a Estados Americanos y el patrón europeo durante siglos, así como la práctica a la demanda de nuevos varietales. Una segunda obra de Nicolas Boulard 1946 de Domaine de la Romanée-Conti, un clásico que nunca existió, de

### **Etiqueta de la pared**

etiquetas de vino es acusado de un desafío único: ofrecer a los consumidores que la botella se abre, totalmente fuera de su alcance. Esta exposición los organiza en categorías de narrativa, entre ellos: Good Evil, Cheeky,

### **Cristalería**

Junto con otros aspectos de la cultura visual y material del vino, vidrio

Jarras y jarras se han reinventado para aumentar sus efectos oxigenación, la copa ha sido objeto de una investigación formal en curso de variedades específicas, ahora tenemos gafas que la inclinación para facilitar Diller Scofidio + Renfro extraordinaria vitrina contiene una piscina profunda lento goteo de la galería de 18 pies en el techo para proporcionar un ambiente suspendido.

## Arquitectura y Turismo

En los últimos 20 años ha habido una explosión de la nueva bodega del mundo. Decenas de proyectos notables han surgido recientemente, con Norman Foster, Herzog & de Meuron, Renzo Piano Building Workshop, y como Sebastian Mariscal y Zaha Hadid. Muchas de estas edificaciones se encuentran apenas en un país productor de vino que no se ha unido a la carrera. Frank Gehry, Steven Holl, y Zaha Hadid (respectivamente, un hotel y un pabellón de degustación / tienda) reflejan la creciente importancia del turismo.

La exposición presentará bodega y la arquitectura contemporáneas en primer lugar, un mapa del mundo se indican en aproximadamente 200 demostrarán las zonas de concentración. Una escala intermedia de fotos de los edificios más significativos. Por último, cuatro edificios se presentarán: Dominus, Bodegas Baigorri, y el Hotel Marqués de Riscal. Cada proyecto utiliza otros materiales.

Clos Pegase marca el punto de partida para más desarrollos posteriores. El Departamento de Arquitectura y Diseño, SFMOMA patrocinó un concurso para un museo que no sean los propios en el Valle de Napa. El equipo ganador arquitecto-artista, Michael Graves del posmodernismo estadounidense como un compuesto de imitación de Georges Pompidou organizó dos concursos para las bodegas, una en Longueville en Burdeos. En conjunto, estos eventos señalaron un esfuerzo vanguardista contemporánea.

Dominus Estate por Herzog & de Meuron (1997), la primera bodega de después de Clos Pegase, y el Hotel Marqués de Riscal de Gehry Partner. Por un lado, Dominus afirma un vínculo fuerte y determinado entre el edificio y un edificio casi invisible que, entre otras cualidades, se establece contra el cielo de Riscal, en cambio, apunta a la máxima visibilidad, ya que establece, en el norte de España, una miniatura Guggenheim Bilbao, una mancha debajo de su explosión exuberante, un hotel y centro de conferencias y tratamientos de uva y relacionados con el vino.

Cerca de allí, Bodegas Baigorri (2003) por Iñaki Aspiazu Iza articula un proceso de producción de vino, y la experiencia del visitante. Un pabellón duro, una mesa que, oculto a la vista, un interior subterráneo de hormigón y acero que muestra el proceso de producción con respecto a la gravedad. Un callejón al lado de la bodega que descienden hacia la sala de degustación y restaurante.

Una de las paredes de esta galería se contienen una serie de fotografías: los trabajos consideran momentos de intercambio social en el Valle de Napa. Una pared de enfrente incluye fotografías de Thomas Ruff de Doornik que muestra el acceso a un comedor diseñado por Herzog & de Meuron para el Château de la Bodega donde los trabajadores vestidos de vaqueros americanos beben y celebran la cosecha.

Proyectada en la pared del fondo de la galería de fotos, Adams DERRAMADO un vaso lleno de vino tinto se cierne peligrosamente cerca de su inmaculada superficie. El narrador describe desagradables momentos históricos como el papel de la ciudad en la historia de Adams lentamente pierde la compostura como los derrames y manchas.

## Sabor y Cultura Popular

El sabor del vino ha sido mediada, en nuestro tiempo, por toda una gama de los medios de comunicación populares. El papel y la influencia de estos ejemplos, los críticos como Robert Parker influencia no sólo lo que algunos productores hacen. A los medios de comunicación alcohólica con los extraídas de la televisión, el cine, la publicidad, y YouTube. Una gran vez hacer frente a tres temas: tastemaking, la educación del vino, y vino social la dieta y otros medios impresos (incluyendo la influencia del manga japonés de conocimiento del vino, refrescos inspirada de vino, entre otros. Un 1 No. 1 por Marco Brambilla, teje una matriz de imágenes de la historia del ritual.

## El olor de pared

Diller Scofidio + Renfro de pantalla inventiva lleva al observador a un lugar en un frasco de cristal colgado de una pared translúcida. Aquí, al vino en una amplia gama de escalas macro y socio-culturales, la pared líquido en sí, proporcionando una oportunidad para disfrutar de su fragancia nariz. Las palabras cuyo significado ha cambiado, desaparecido, o han subrayar el papel del lenguaje en la estructuración de la experiencia sensorial.

## Coda

Los espectadores salir de la galería a lo largo del mural Peter Wegner, y comprensión de las ambigüedades que plantea. Avanzar hacia la galería grosor del museo, pared cilíndrica, descubrirán un trabajo invisible por exposición, *San (62) + [PGh (76) x rupias (100)]*, 10 captura el aroma de las botellas otorgado 100 puntos por Robert Parker en 1976 - en el aliento

\* \* \*

*¿Cómo vino se convirtió en moderna: Diseño + Vino 1976 y ahora está Moderno.* El principal apoyo es proporcionado por Riedel. El generoso Harman, Jan y Mitsuko Vino y Arte Fundación para la Educación, Helen de Sonoma, Thomas Weisel, y Margaret y Angus Wurtele Fundación de Dolly y Chammas George; Bobbie y Wilsey Mike; Arquitectura + Diseño Istituto Italiano di Cultura, San Francisco, el Ministerio de Asuntos Exteriores España, Consulado General de España en San Francisco, La Fundación de Francia en San Francisco, y el Consulado General de Suiza en San Francisco patrocinar los medios de comunicación: *la revista San Francisco*. Alojamiento Meadowood Napa Valley.

## Contactos para los medios

Guarnición de Libby, 415.357.4177, [lgarrison@sfmoma.org](mailto:lgarrison@sfmoma.org)  
Sandra Farias Sloan, 415.357.4174, [ssloan@sfmoma.org](mailto:ssloan@sfmoma.org)  
Sabio Robyn, 415.357.4172, [rwise@sfmoma.org](mailto:rwise@sfmoma.org)

\* \* \*

**San Francisco Museo de Arte Moderno**  
151 Third Street  
San Francisco, CA 94103

**Horario de visita:** Abierto todos los días (excepto miércoles): 11 am a 5:45 pm verano (Memorial al Día del Trabajo): Abierto a las 10 horas Cerrado los miércoles, Cuatro de Julio, Día de Gracias, Navidad. El museo está abierto los martes

**Koret Visitante del Centro de Educación:** Abierto todos los días (excepto los días festivos) hasta las 8:30 pm hora de verano: Abierto a las 10 horas

**Precios de entrada:** adultos: \$ 18; la tercera edad y estudiantes: \$ 9; mientras que la entrada es gratuita el primer martes de cada mes y la mitad de precio los jueves

SFMOMA es fácilmente accesible en Muni, BART, Golden Gate Transit, SamTrans y está disponible en el Garaje SFMOMA en 147 Minna la calle. Para información

**Visite nuestro sitio Web o llame al 415.357.4000 [www.sfmoma.org](http://www.sfmoma.org)**

SFMOMA con el apoyo de una amplia gama de colaboradores comprometidos con el financiamiento anual proporciona subvenciones para las Artes / San Francisco y Evelyn y Walter Haas, Jr. Fund. En primer lugar los martes siempre son gratuitos para menores de 12 años es posible gracias a Charles Schwab & Co. Inc.

# # #

**San Francisco Museum of Modern Art** 151 Third Street (between Mission + Howard), San Francisco, California

Copyright © 1998 - 2010 San Francisco Museo de Arte Moderno

[Política de Privacidad](#)

[Condiciones de uso](#)

