vinetur

La D.O. Rueda convierte los conciertos del Castillo de la Mota en escaparate para su Verdejo

Siloé y Mónica Naranjo reunieron a miles de asistentes dentro del ciclo Dando la Mota

martes 1 de septiembre de 2026



La Denominación de Origen Rueda ha vinculado este martes, 1 de septiembre, su presencia en los conciertos de Siloé y Mónica Naranjo con su intención de acercar sus vinos al público en espacios de ocio. La entidad ha participado como patrocinadora de

ambas actuaciones dentro del ciclo Dando la Mota, que se celebra en la explanada del Castillo de la Mota y que cuenta con su apoyo desde la primera edición, hace tres años.

La D.O. Rueda sitúa esta colaboración en una línea de trabajo dirigida a relacionar el vino con experiencias cotidianas y compartidas. En este caso, la música ha sido el canal elegido para presentarse ante miles de asistentes en dos de las grandes citas del verano en Medina del Campo.

El concierto de Siloé se celebró con lleno absoluto, según informa la propia denominación de origen. La actuación tuvo un valor especial para la banda vallisoletana, que regresaba a su tierra. También Mónica Naranjo llenó la explanada del Castillo de la Mota en una actuación que, según la D.O. Rueda, estuvo marcada por la conexión de la artista con el público.

La acción promocional se centró en los momentos previos al inicio de ambos conciertos. Tras la apertura de puertas, dos azafatas de la D.O. Rueda ofrecieron copas de degustación de Verdejo de Rueda a los asistentes mientras esperaban el comienzo de las actuaciones. La entidad explica que buscaba convertir esa espera en una ocasión para probar sus vinos y compartir la experiencia antes de la música en directo.

La presencia de la denominación también incluyó un photocall instalado en la zona de acceso. Allí, los asistentes pudieron hacerse fotografías como recuerdo de la velada. Además, la colaboración incorporó la entrega a Siloé y a Mónica Naranjo de una botella magnum de vino de Rueda con una etiqueta personalizada con sus imágenes.

El presidente de la Denominación de Origen Rueda, Carlos Yllera, sostiene que la música permite conectar con el consumidor de una manera natural. En sus palabras, igual que el vino, tiene capacidad para reunir a las personas, generar emociones y formar parte de momentos compartidos.

Yllera vincula también esta colaboración con la relación de la denominación con Medina del Campo y con el Castillo de la Mota. El presidente recuerda que este enclave se sitúa en el centro geográfico de la D.O. Rueda y lo presenta como un espacio representativo de su territorio.

La entidad considera que mantener su apoyo a Dando la Mota desde la primera edición le permite afianzar esa relación con el municipio y con un lugar ligado a la historia y a la identidad de la denominación. Durante estas citas, el castillo vuelve a funcionar como punto de encuentro para la música, la cultura y el disfrute compartido, de acuerdo con la valoración de la organización.

La D.O. Rueda sostiene además que la música reúne a públicos diversos y favorece experiencias compartidas, dos elementos que considera útiles para acercar el vino al consumidor fuera de los canales habituales. Su planteamiento pasa por situar sus referencias en momentos de ocio que ya forman parte de la vida del público.

La buena acogida de los conciertos de Siloé y Mónica Naranjo refuerza esa lectura de la denominación. La entidad entiende que la respuesta del público confirma el atractivo de este tipo de citas y respalda su intención de mantener una comunicación más cercana a los hábitos de ocio del consumidor.

La Denominación de Origen Rueda fue creada en 1980 y fue la primera reconocida en Castilla y León. Su zona de producción está integrada por 74 municipios de las provincias de Valladolid, Segovia y Ávila. La entidad se define como una zona especializada en la elaboración de vinos blancos y atribuye su perfil al clima continental, al suelo cascajoso y a la uva Verdejo, variedad autóctona presente en la zona desde hace más de diez siglos.

Con esa base, la D.O. Rueda sitúa su presencia en el ciclo Dando la Mota dentro de una política de difusión que busca relacionar el vino con momentos de consumo vinculados al ocio. En las actuaciones de Siloé y Mónica Naranjo, esa idea se tradujo en degustaciones, imagen de marca y presencia directa ante miles de personas reunidas en uno de los espacios más reconocibles de su territorio.