

**Más allá de la regulación.
Políticas nacionales y provinciales
en cuestiones vitivinícolas, 1935-1946**

*María Silvia Ospital**

Resumen

Las políticas implementadas en el país para superar las consecuencias de la crisis de 1930 se manifestaron, en el caso de las actividades agrarias y agroindustriales, en medidas de regulación de la producción y el comercio. La entidad creada para ocuparse de la vitivinicultura fue la Junta Reguladora de Vinos que comenzó a operar a partir de 1935. Al mismo tiempo que se ponían en ejecución las disposiciones emanadas de ese organismo nacional, autoridades provinciales de la región productora e instituciones empresariales arbitraban diversas prácticas destinadas a paliar las aristas más agudas de la crisis y a reposicionar a la agroindustria en el ámbito local y el mercado nacional. El trabajo intenta realizar el análisis del conjunto de estas prácticas, que abarcaron campañas publicitarias a favor del consumo de vinos nacionales, operaciones y consejos destinados a mejorar la calidad de los productos elaborados, diversos intentos de organización racional de la producción, así como la construcción de una "mitología" asociada al cultivo de la vid y la elaboración de vinos con el establecimiento de la Fiesta de la Vendimia. Mercado de consumo, organización de la producción y construcción de consensos fueron los ámbitos de acción de funcionarios y empresarios.

Palabras clave: vitivinicultura - regulación - consumo - publicidad

Abstract

The policies that were employed in Argentina in order to overcome the consequences of

* Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) - Universidad Nacional de Quilmes (UNQ) - Universidad Nacional de La Plata (UNLP)

the 1930 crisis were made operative, in the case of agrarian and agro-industrial activities, through production and commerce public regulation. The office that was created relative to wine production was the Wine Regulation Board, which started to function in 1935. As the regulations coming from the aforementioned national office were put into practice, local authorities and private enterprises also made use of various practices intended to diminish the nastiest effects of the crisis and to relocate the agro industry both in the local and national market.

This paper intends to perform and study of the assemblage of those policies, which included advertisement campaigns in favor of the consumption of national wine, advice on improving wines quality various attempts at rationalizing the production method; as well as the creation of a "mythology" associated to the growing of grape and the elaboration of wine, with the establishment of the "Fiesta de la Vendimia". The consumer market, the organization of the production and the development of consensus were the areas of activity of both businessmen and public servants.

Key words: wine making - regulation - consumption - publicity

Introducción

Las políticas regulatorias aplicadas a la vitivinicultura, en el marco de las medidas anticíclicas destinadas a sortear los graves efectos de la crisis internacional de 1929, se concretaron en la creación de una Junta Reguladora de Vinos y en el dictado de una ley sobre la cuestión, abarcando aspectos generales en materia sanitaria, impositiva y de comercialización. Estas normas fueron dictadas por el gobierno nacional -en 1935 y 1938, respectivamente- siendo su ámbito de aplicación el territorio completo del país, incluyendo las zonas productoras y los centros consumidores de vinos.¹

Aunque los defensores de esta política se esforzaron por destacar los aspectos novedosos de la intervención estatal, la mayor parte de la acción de la Junta consistió en la repetición de acciones aplicadas con anterioridad. A fin de mantener el precio del vino y evitar la sobreproducción y la disminución de los volúmenes vendidos -disminución agravada por la repercusión social de la crisis y su impacto en los bolsillos de los trabajadores del litoral, principales consumidores de los vinos comunes y de baja calidad que constituían el grueso de la producción- se destruyeron viñas, extirpándolas o quemándolas, se dejaron sin vendimiar otras áreas y se compró vino para derramarlo y retirarlo del consumo. Estas medidas causaron honda

¹ Las disposiciones sancionadas en diciembre de 1934, con vigencia a partir del año siguiente, fueron las leyes 12.137, creando la Junta Reguladora de Vinos, y 12.139, unificando los impuestos internos nacionales y provinciales al consumo, incluyendo el vino. En 1938 se dictó la Ley General de Vinos, núm. 12.372, creando la Dirección General de Vitivinicultura en el ámbito del Ministerio de Agricultura, así como una Comisión Nacional de la Industria Vitivinícola.

conmoción en las regiones productoras y generaron penosas consecuencias para los pequeños productores y los viticultores sin bodega, mientras los grandes bodegueros conseguían mantener el valor de sus propiedades.²

Las disposiciones mencionadas, aunque concebidas como temporarias por amplios sectores de la dirigencia nacional, pretendieron solucionar problemas estructurales de la agroindustria, existentes desde antes de la crisis de 1930. El dictado de la Ley de Vinos de 1938 recogía solicitudes y planteos provenientes de grupos empresarios, así como propuestas contenidas en diversos proyectos legislativos sobre el tema, presentados en el Congreso Nacional desde la década de 1920.³ Pero junto al carácter transitorio que se atribuía a las medidas de regulación -transitoriedad deseada más que efectiva- es posible advertir intentos gubernamentales de redefinir el tipo de país estructurado en torno al "modelo agroexportador", vigente desde 1880 y que la crisis había convertido en insostenible. Estos intentos de reorganización alcanzaron, también, a las economías monoproductoras como la vitivinícola, adoptando, en cada caso, rasgos específicos.

La recurrencia al mercado interno, a su importancia como dinamizador económico, al reconocimiento del poder representado por esa demanda interna como recurso ineludible ante el cierre de los mercados exteriores, se convirtió en la salida salvadora y posible para ubicar los productos de elaboración nacional y evitar los riesgos y costos del exceso de oferta. La ocasión resultaba propicia para recordar y poner en práctica los consejos y sugerencias de los pensadores que, desde 1914, habían advertido sobre el fin de la expansión horizontal de la producción agraria y la necesidad de *vivir con lo nuestro* y desarrollar las "industrias naturales". Las referencias a los escritos y propuestas de Alejandro Bunge y su Revista resultan imprescindibles.

En ese sentido, la vitivinicultura se encontraba en una posición particular. A diferencia de las producciones pampeanas, destinadas al comercio exterior, los vinos argentinos, provenientes de la región cuyana en su mayoría, habían estado destinados al mercado interno desde los comienzos del despegue de la actividad. Sus consumidores eran, especialmente, los trabajadores de origen inmigrante de la campaña y las ciudades litorales. Pero si el cuidado de ese mercado, al que iba dirigida la publicidad elaborada por los empresarios del ramo en su

² Las cuestiones referidas específicamente a las políticas de regulación, legislación y funcionamiento de la Junta han sido tratadas *in extenso* en: María Silvia OSPITAL, "El caso de la vitivinicultura cuyana", Noemí GIRBAL-BLACHA, María Silvia OSPITAL, Adrián G. ZARRILLI, *Las miradas diversas del pasado. Las economías agrarias del interior ante la crisis de 1930*, Buenos Aires, Edición Nacional, Edit. e Impresora, 2005; Ana María MATEU, "La vitivinicultura mendocina en los años treinta: entre el derrame de vinos y la profusión de estudios sobre la crisis", ponencia en el *I Congreso de Historia Vitivinícola Regional*, Montevideo, Noviembre de 2005, CD Rom.

³ Entre los diversos proyectos de ley de vinos presentados en el Congreso Nacional pueden citarse: Ley General de Vinos (B. Goñi y J. Garraldo) junio de 1929; proyecto de ley sobre vinos de A. Vicchi y otros, presentado en 1932 y repetido en varias oportunidades hasta 1936 (Vicchi era un importante bodeguero mendocino); proyecto de ley sobre creación de una Comisión Nacional de Regulación, de Santiago Graffigna, presentado en 1936 (Graffigna era un importante productor sanjuanino).

interés por aumentar el consumo de vinos, había sido preocupación de los grandes bodegueros en años anteriores, la crisis convirtió al Estado en agente de propaganda de la *bebida más sana*, como se la designaba, reproduciendo afirmaciones de reputados médicos. Al mismo tiempo que se aplicaban drásticas medidas regulatorias, diversos medios gráficos reproducían, con la firma de la Junta de Vinos, las publicidades originalmente diseñadas y difundidas por las entidades empresarias.

Las políticas reguladoras fueron acompañadas por constantes apelaciones a la importancia de consumir mercaderías nacionales, como estrategias complementarias destinadas a enfrentar la crisis. Haciendo de la necesidad virtud, el Estado teñía de "valores patrióticos" las prácticas económicas aconsejadas. Comprar, usar, beber y comer lo producido por las tradicionales agroindustrias argentinas, o por la bastante reciente industria textil, se convertían en actividades sustentadoras de la identidad nacional, en acciones cargadas de "argentinidad".⁴

Es en este registro de reconstrucción o refundación del modelo de país que pueden leerse muchas de las medidas instrumentadas en la década de 1930 en otros campos además del específicamente productivo. La creación de la Dirección de Vialidad Nacional y de la Dirección General de Parques Nacionales, por ejemplo, fueron disposiciones encaminadas a lograr una reapropiación del territorio nacional, afirmando la presencia del Estado nacional en las fronteras -los primeros parques se encontraban en las zonas limítrofes- y diagramando el nuevo mapa vial, adecuando caminos y regiones para la circulación de automotores, en competencia con el sistema ferroviario consustanciado con el modelo agroexportador. También se estimuló el turismo hacia diversas regiones del interior del país, buscando alternativas para el uso del tiempo libre de los más adinerados e incorporando -mediante rebajas en tarifas ferroviarias y un muy tibio intento de "turismo social"- a algunos sectores medios a esa actividad.

Recuperación de territorio, revalorización de tradiciones y resignificación, en clave patriótica, de producciones de la industria nacional estuvieron presentes, también, en algunas medidas propiciadas por el gobierno provincial de la principal región elaboradora de vinos del país. En 1936, en coincidencia con la nueva etapa y acompañándola, la provincia de Mendoza instituyó la Fiesta de la Vendimia, con el objetivo de *inventar tradiciones*, otorgar nueva dignidad a la vitivinicultura y fomentar el turismo regional.

Este trabajo intenta analizar el conjunto de las medidas elaboradas y puestas en práctica "más allá de la regulación" propiamente dicha. Disposiciones que abarcaron campañas publicitarias a favor del consumo de vinos nacionales, operaciones y consejos destinados a mejorar la calidad de los productos elaborados, diversos intentos de organización racional de la producción, así como la construcción de una "mitología" asociada al cultivo de la vid y la elaboración de vinos con el establecimiento de la Fiesta de la Vendimia. Las preocupaciones sobre el mercado de consumo, la organización de la producción y la construcción de con-

⁴ Noemí GIRBAL-BLACHA y María Silvia OSPITAL, "Vivir con lo nuestro". Publicidad y agroindustrias en la década del 30. Otra forma de hacer política", *Revista Europea de Estudios Latinoamericanos*, núm. 78, abril 2005, pp. 49-66.

sensos parecen haber sido los ámbitos de acción de los funcionarios nacionales y provinciales, acciones que contaron con el apoyo de los grandes empresarios del sector.

Consideraciones bibliográficas

La literatura especializada en la vitivinicultura ha enfocado, especialmente, los años correspondientes al período de arranque y desarrollo de la actividad regional. Son numerosas y muy valiosas las obras dedicadas a historiar el período 1870 a 1930, el despegue de la producción, los aspectos económicos de la agroindustria, su relación con el modelo de país implementado desde el litoral, las características de los cambios sociales vinculados con la construcción del capitalismo, la particular estructura política surgida de la adaptación de paisaje, economía y población al nuevo esquema productivo.⁵ La etapa iniciada en 1930, bastante menos estudiada, ha sido investigada recientemente en artículos referidos a los nuevos actores en el mercado de trabajo, el fuerte impacto cultural de las políticas de regulación a nivel regional y local y la repercusión de la crisis estructural en las economías monoproductoras del interior del país.⁶

Antecedentes importantes de estos estudios, así como fuente ineludible para la investigación sobre el tema, son los escritos producidos en la primera mitad del siglo XX por muy diversos intelectuales, economistas y políticos, analizando los rasgos de la agroindustria y proponiendo modificaciones o cambios de rumbo en momentos de crisis. Los aportes de Biale Massé sobre los sectores trabajadores, las observaciones de Alejandro Bunge en materia de organización productiva⁷ y las denuncias de Benito Marianetti referidas a las

⁵ Entre los numerosos aportes al tema merecen citarse: Noemí GIRBAL-BLACHA, "Ajustes de una economía regional. Inserción de la vitivinicultura cuyana en la Argentina agroexportadora, 1885-1914", *Investigaciones y Ensayos*, núm. 35, 1987, pp. 409-442; Joan Ellen SUPPLEE, *Provincial Elites and the Economic Transformation of Mendoza, Argentina. 1880-1914*, University of Texas at Austin, Ph. D. Diss., 1988; José MARTÍN, *Políticas estatales y conformación de una burguesía industrial regional*, Mendoza, EDIUNC, 1992; Ana MATEU, "Bancos, créditos y desarrollo vitivinícola", *Cuadernos de Historia Regional*, Universidad Nacional de Luján, núm. 17, 1994; Rodolfo RICHARD, *Poder, economía y espacio en Mendoza 1850-1900*, Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza, 1998; Rodolfo RICHARD, "El mercado de trabajo vitivinícola en la provincia de Mendoza y los nuevos actores", *Revista Interdisciplinaria de Estudios Agrarios*, Buenos Aires, núm. 18, primer semestre 2003, pp. 5-37; Ana MATEU, "La vitivinicultura mendocina: ¿una opción dura y no demorada en la periferia de la periferia? (1870-1920)", *XVIII Jornadas de Historia Económica*, Mendoza, 2002.

⁶ Rodolfo RICHARD-JORBA, "Modelos vitivinícolas en Mendoza (Argentina): desarrollo y transformaciones en un período secular, 1870-2000", *Historia económica & historia de empresas*, III, 1, 2000, pp. 111-148. Además de los trabajos de MATEU y OSPITAL citados en la nota 2.

⁷ En el conocido *Informe sobre el estado de las clases obreras en la Argentina*, Biale Massé realizó un minucioso análisis de las formas de trabajo en la vitivinicultura, incluido en los capítulos XXVI y XXVII. Las opiniones y recomendaciones de Bunge sobre este tema aparecieron en: SOCIEDAD VITIVINÍCOLA DE MENDOZA, *Informe del Ingeniero Alejandro E. Bunge sobre el problema vitivinícola*, Buenos Aires, 1929, Cía. Impresora Argentina S. A. La Sociedad había contratado los servicios de Bunge como asesor. También se encuentran referencias a la cuestión en *Una nueva Argentina*, publicada en 1940.

desigualdades entre los sectores viñateros y los grandes bodegueros, son solamente algunos de estos antecedentes.⁸ Por obvias razones cronológicas en algunos casos y por los objetivos buscados en otros -intentando mostrar y denunciar las prácticas económicas incorrectas desde los inicios del despegue regional- estas obras se concentraron también en el examen de los años finales del siglo XIX y las primeras décadas del siguiente.

Con excepción de ciertas páginas de Marianetti, son pocas las reflexiones contemporáneas sobre la vitivinicultura aparecidas entre 1930 y 1940. Ellas se encuentran especialmente en publicaciones periódicas, de muy diverso tipo. Los trabajos de Raúl Prebisch, por ejemplo, se dieron a conocer en las páginas de la *Revista Económica del Banco de la Nación*, publicación que luego quedó bajo la órbita del Banco Central, cuando el por entonces joven economista y asesor de los ministerios de Hacienda y Agricultura de la Nación se convirtió en creador y dirigente de la nueva entidad.⁹ El órgano bancario fue un instrumento de consulta fundamental en su momento, además de resultar una fuente privilegiada para analizar las políticas públicas de la época.

En 1936 comenzó a publicarse *SERVIR*, mensuario de la recientemente creada Escuela de Estudios Argentinos, fundada para "contribuir al estudio y a la difusión del conocimiento de los problemas técnicos y científicos nacionales y a exaltar en los intelectuales argentinos el sentimiento de su responsabilidad social, brindándoles oportunidad y estímulo para ser útiles en horas tan difíciles." Surgida de las preocupaciones que las repercusiones de la crisis generaban en sectores intelectuales y empresarios de raigambre conservadora, dos artículos aparecidos en el primer año se ocuparon de la industria vitivinícola. Escrito el primero por el enólogo Luis Bertolini y el segundo por un miembro de la Junta Nacional de Vinos, reflexionaban someramente sobre los orígenes de la actividad, indicando su crecimiento sin planificación, sus crisis de superproducción y la necesidad de una intervención inteligente del Estado para alcanzar soluciones. La revista apoyaba decididamente el consumo de productos nacionales.¹⁰

La revista *La Chacra*, que comenzó a publicarse en 1930 con el objetivo de convertirse en un auxiliar de los productores agrarios, publicaba con asiduidad artículos referidos al cultivo de la vid y la elaboración de vinos. Sus aportes se centraban en reiterados consejos sobre limpieza de bodegas, técnicas de vinificación y cuidados imprescindibles en las distintas etapas de la manipulación de la uva y la fabricación de vinos. Estos consejos estaban en total sintonía con las inquietudes de los productores, que buscaban aumentar sus ventas mejorando

⁸ La obra más conocida de Marianetti, *El racimo y su aventura*, se publicó en 1965.

⁹ Las notas de Prebisch aparecieron en: BANCO DE LA NACIÓN ARGENTINA, *Revista Económica*, "La Industria Vitivinícola", Buenos Aires, Septiembre 1933, vol. 6, núm. 7, pp. 109-120. BANCO DE LA NACIÓN ARGENTINA, *Revista...* cit., vol. 7, 1934, núm. 9-12, pp. 226-238.

¹⁰ *SERVIR Revista de la Escuela de Estudios Argentinos*, Buenos Aires, año I, enero de 1936, núm. 1, pp. 3-6. Los artículos sobre vitivinicultura en: abril de 1936, núm. 2 y septiembre de 1936, núm. 5.

la calidad de las bebidas y apuntando a estratos más altos del mercado, acostumbrados a las mercaderías importadas de mayor calidad. La publicación incorporó tempranamente fotos y comentarios sobre la Fiesta de la Vendimia, mostrando los despliegues de los desfiles y retratos de las reinas anuales del festejo.

Las publicaciones provenientes de los centros empresarios, especialmente los boletines del Centro Vitivinícola Nacional, seguían de cerca las alternativas y efectos de la crisis, así como monitoreaban las políticas promulgadas por el gobierno nacional. Si bien reforzaron, en esos años, sus demandas al Estado para que arbitrara soluciones efectivas, el contenido de esas peticiones no se apartaba, fundamentalmente, de las líneas de acción mantenidas por las entidades en la década anterior. Protección a la industria, unificación de impuestos al vino para evitar la superposición de contribuciones, vigilancia sanitaria del producto para combatir falsificaciones, siguieron constituyendo el nudo central de los pedidos de los empresarios. Las diferencias parecían estar en la mayor tolerancia con respecto a las formas y alcances de la intervención estatal, aceptada con mayor amplitud como freno último ante la magnitud de la problemática de la hora.

Resulta tentador relacionar esta falta de novedades en las propuestas de particulares y Estado para la agroindustria -diversas medidas reguladoras como destrucción de viñas y derrame de vinos se habían practicado con anterioridad a 1930- con el escaso número de investigaciones históricas que indagan en los avatares de la monoproducción cuyana para el período 1930-1946. La repetición de los inconvenientes y dificultades, aunque con diferente magnitud, la reiteración de demandas y la semejanza de las soluciones parciales puestas en práctica en esos años habría contribuido a desalentar las indagaciones sobre esas décadas, tanto en lo referido a políticas públicas como a cuestiones productivas, sectores sociales involucrados, problemáticas laborales, historia de empresas y empresarios. No resulta posible hacer afirmaciones en este sentido, pero, de hecho, los estudios abarcadores del período iniciado en la crisis son escasos en términos generales y en una escala comparativa con los referidos a la etapa anterior. Los párrafos que siguen intentan convertirse en un aporte para el análisis de esa etapa.

Regulación y construcción de tradiciones

En 1934 el Estado central dictó las leyes 12.137, creando la Junta Reguladora de Vinos, y la 12.139, unificando los impuestos internos nacionales y provinciales al consumo, incluyendo el vino. La segunda disposición satisfacía un antiguo reclamo de los productores, mientras la primera sería la encargada de aplicar un "plan de regulación nacional" para la agroindustria. Ambas leyes, fechadas en diciembre, entraron en vigencia al año siguiente.

La Junta Reguladora estaba compuesta por un presidente y dos vocales, nombrados por el Ejecutivo con acuerdo del Senado, y funcionaba con la colaboración de una Comisión Asesora Honoraria. Integraban esta Comisión representantes de los líderes del sector bancario vinculados con la agroindustria -Banco de la Nación Argentina, Banco Hipotecario Nacional- y delegados de las provincias y territorios productores de vino. Sus designaciones corrían por

cuenta del Ejecutivo nacional.¹¹ Se establecía que la Junta tendría amplias facultades para invertir la cantidad de treinta millones de pesos en la compra de vino y en indemnizaciones a los dueños de viñedos promoviendo su supresión o su sustitución por uva de mesa u otros cultivos. Se imponían, además, gravámenes a las hectáreas de viña que se plantasen con posterioridad al dictado de la ley, para evitar o restringir el crecimiento de las superficies dedicadas a viñas.

La ley disponiendo la unificación de impuestos internos establecía que las provincias que se adhirieran a la misma participarían "en el producido de todos los Impuestos Internos Nacionales al consumo" y señalaba específicamente al conjunto de gravámenes locales que dejaban de tener vigencia desde ese momento. Se indicaba la forma en que las provincias se incorporarían al sistema y los montos que percibirían a partir del dictado de la ley, con especiales disposiciones para las regiones productoras de vinos y azúcar, en obvia consideración a la importancia de estos productos en el mercado interno.

En 1937 una nueva ley nacional modificó las atribuciones de la Junta, estableciendo la compra de viñedos en las provincias vitivinícolas para contribuir a la eliminación de "2 000 000 de quintales métricos de producción". La disposición se completaba con un plan de subdivisión y loteos de esas tierras para ser vendidas a trabajadores rurales, con la obligación de que extirpasen la viña y dedicasen la tierra a cualquier otro cultivo. Se pretendía comprometer a nuevos grupos regionales en las actividades de regulación y control, apuntando siempre a reducir la oferta para evitar la superproducción. La ley también extendía la acción de la Junta en lo referido a la comercialización y la promoción de campañas publicitarias para aumentar el consumo de vinos.

Fue en estos últimos aspectos donde la acción de la Junta tuvo rasgos novedosos. Mientras las tareas de destrucción de vides, compra de vinos y abandono de parras repetían antiguas prácticas sin arbitrar soluciones concretas, la nueva repartición inundaba los medios gráficos con publicidades alentando el consumo y proponía el uso exclusivo de vinos nacionales en las recepciones oficiales y las sedes diplomáticas argentinas. Los estímulos al consumo de vinos, mediante una propaganda "científica", habían sido considerados fundamentales por los empresarios bodegueros. Desde 1920, por lo menos, insistían en calificar a las crisis recurrentes de la industria en problemas de "infraconsumo", que solamente se solucionarían con un aumento de la demanda. De allí que recomendaran campañas publicitarias destinadas a presentar al producto como un elemento importante de la canasta familiar y como una bebida

¹¹ Al comenzar su actuación la Junta estaba formada por Rafael Guevara, presidente, y Diego M. Young y el ingeniero agrícola Emilio A. Coni como directores. La Comisión se integraba con E. Ortíz, (Banco Hipotecario), P. Ledesma (Banco Nación); A. Scaramella, A. Salcedo y B. Nazar Anchorena por Mendoza, importantes bodegueros; R. Barrera y Juan del Bono, industriales san-juaninos; N. Michel, por otras provincias; P. A. Bonnet por Río Negro (vinicultor local); R. W. Roberts, en representación "de otros intereses" y bancos extranjeros; L. Colombo por la UIA y el agrónomo A. Ollivier por el Ministerio de Agricultura. *AGRICOLA. Revista del Centro Vitivinícola Argentino*, febrero de 1935.

sana que contribuiría a alejar los peligros del alcoholismo.¹² La Junta retomó estos planteos, copiando ideas y requerimientos elaborados por las entidades empresarias y reproduciéndolas con su firma. Pero en la nueva etapa, y en coincidencia con las urgencias de la hora, los consejos de médicos famosos, especialmente extranjeros pero también argentinos, destacando los aspectos saludables del vino y las referencias a sus distintos tipos, que lo hacían apto para acompañar diversas ocasiones, se tiñeron de apelaciones al patriotismo, a la necesidad de "argentinar" las actividades económicas mediante el consumo habitual de productos nacionales. El aviso aparecido en julio de 1936, en ocasión del festejo del Día de la Independencia, ilustra claramente esta postura. El texto comentado declara: "Es deber del presente recoger las inspiraciones del espíritu patricio y, es también deber de todos los días, fomentar el bienestar general propendiendo al desarrollo de nuestras industrias consumiendo sus productos". Firmada por la Junta Reguladora de Vinos, la publicidad incorpora, en grandes letras, la apelación a beber *vinos argentinos*, y un dibujo mostrando, en primer plano, a dos "patriotas" con ropa de época sosteniendo sendas copas de vino. Al fondo el edificio del Congreso Nacional surge rodeado de grandes edificios citadinos y montañas cuyanas, además de un campesino arando, vacunos pastando y viñas y plantaciones a los costados, todo coronado por un gran sol ¿de la bandera, de un nuevo amanecer?¹³

Destrucción de viñas, derrame de vinos e intensas campañas publicitarias para fomentar el consumo de la bebida constituyeron, paradójicamente, el núcleo de las políticas públicas sobre vitivinicultura en la década de 1930. El gobierno provincial mendocino, en sintonía con los intentos del Estado nacional de incorporar valores extraeconómicos a las medidas de regulación, instituyó -a partir de 1936- la Fiesta de la Vendimia. En momentos en que una parte importante de los productores de uva y vino -los viñateros sin bodega y los trabajadores en general- padecían los efectos más duros de la crisis y de la regulación y mientras bodegueros influyentes criticaban la destrucción de "la riqueza local", desde el poder político se intentaba construir una imagen de unidad social en el trabajo común de la viña y el vino, apelando a antiquísimas tradiciones vinculadas con las tareas enológicas. Como decía el decreto 87, firmado en marzo de 1936 por el ministro provincial de Industrias y Obras Públicas Frank Romero Day, "Que la institución de una festividad así, es indudable que contribuiría a acrecentar la corriente de turismo hacia la provincia con evidente beneficio para el fomento del consumo de la uva, del vino y otros productos regionales."¹⁴

¹² El tema, para los años anteriores a 1930, ha sido planteado en: María Silvia OSPITAL, "Los intereses comerciales de la vitivinicultura. Actuación del Centro Vitivinícola Nacional", Guido GALA- FASSI (coord.), *El campo diverso. Enfoques y perspectivas de la Argentina agraria del siglo XX*, Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires, 2004, pp. 147-160.

¹³ *SERVIR*, núm. 3, julio de 1936. Contratapa. El aviso se reprodujo en varios números y otras publicaciones.

¹⁴ Cecilia BELEJ, A. L. MARTIN y A. SILVEIRA, "La más bella de los viñedos. Trabajo y producción en los festejos mendocinos (1936-1955)", Mirta Z. LOBATO (ed.), *Cuando las mujeres reinaban*, Buenos Aires, Biblos, 2005. Existen muy pocos análisis de la Fiesta de la Vendimia; al citado puede agregarse la ponencia de V. CAROGLIO y L. VELA, "La Fiesta Nacional de la Vendimia como espacio imaginario de resolución de conflictos", presentada en las *Jornadas de Investigación y Debate La Argentina rural. Una lectura desde los clásicos*, Universidad Nacional de Quilmes, 2004.

Romero Day registraba una prolífica actividad previa en su carácter de empresario y político nacional. En 1924 había presentado un proyecto de ley de vinos en la Cámara de Diputados de la Nación y en 1931 había integrado la Comisión Nacional asesora para el estudio de la Industria Vitivinícola, en representación de las bodegas mendocinas. Pertenecía al Centro Vitivinícola, la principal entidad empresaria del ramo. Era, por lo tanto, miembro conspicuo de la élite regional; con el fuerte respaldo de su labor como industrial, alternaba el ejercicio político entre el parlamento nacional y la gestión pública provincial. Puede suponerse, entonces, que cualquier medida por él instrumentada estaba en consonancia con la ideología de los dirigentes de la agroindustria.

La tradición relacionada con esta fiesta se remonta a la antigüedad mediterránea, con elementos de la mitología dionisiaca y ancestrales cultos de la fertilidad. Durante los siglos siguientes continuó formando parte de las celebraciones campesinas, especialmente en las regiones vitivinícolas de España e Italia, manteniendo en parte su sentido mítico y con el agregado de principios propios del cristianismo. Esas cuestiones eran conocidas por el elenco gobernante que resolvió instalar la fiesta en Mendoza, en un intento de "inventar tradiciones".¹⁵ El momento central de la principal actividad económica de la provincia, la cosecha de la uva, era convertida en un motivo de festejos, alegrías y armonía, en franco contraste con los problemas que trastornaban a la agroindustria.

La intención declarada era establecer un "*homenaje a los forjadores de la riqueza de la provincia*", como se decía en el decreto de creación. La fiesta impuesta desde la autoridad política no reconocía un origen popular; dicho de otro modo, no se trataba de un reconocimiento de algo ya existente en la sociedad local -en uno o varios de sus grupos constitutivos- sino de una decisión gubernamental estructurada de acuerdo con la voluntad de incorporar valores simbólicos, nuevos significados, a una actividad económica central para la supervivencia regional. Junto con la regulación, con sus efectos destructivos, se organizaba una interpretación particular del desarrollo provincial, a efectos de generar apoyos para los ajustes del modelo económico que la crisis imponía. Así en las ceremonias centrales de la celebración, que incluía desfiles de carrozas, ritos religiosos y elección de la reina de la vendimia, se presentaba una historia del desarrollo de la vitivinicultura en la que reinaban las relaciones armónicas entre patrones y trabajadores, entre criollos y extranjeros, todos unidos en un canto triunfal de agradecimiento a "la tierra del sol y del buen vino".

La siguiente medida del gobierno nacional fue el dictado de la Ley Nacional de Vinos de 1938, creando la Dirección General de Vitivinicultura en el ámbito del Ministerio de Agricultura, así como una Comisión Nacional de la Industria Vitivinícola. El primer organismo tendría un carácter eminentemente técnico -su personal debería poseer títulos profesionales en la materia- mientras la Comisión, formada por agentes de reparticiones estatales y miembros "representativos de la industria vitivinícola" de las provincias productoras, actuaría en carácter de entidad asesora. La ley definía a los vinos genuinos y

¹⁵ La expresión hace referencia al conocido trabajo de Eric HOBBSBAWM y Terence RANGER, *La invención de la tradición*, Cambridge University, Cambridge, 1989.

promulgaba un conjunto de instrucciones relativas a control de calidad y comercialización. Suponía un avance sobre la etapa de regulaciones de emergencia al abarcar numerosos aspectos de la producción y comercialización de vinos, así como cuestiones referidas a la fiscalización técnica.

La Junta Reguladora, por su parte, funcionó hasta 1943, cuando el gobierno surgido del golpe de estado de junio de ese año decidió suprimirla, indicando que su funcionamiento solamente había favorecido a los grandes productores, sin tener en cuenta los problemas de los demás sectores involucrados en la industria. En la práctica fue poco lo que la institución realizó. Si bien llevó adelante campañas publicitarias, levantó un censo de viñedos y bodegas y elaboró estudios diversos aconsejando medidas que no fueron aplicadas, no avanzó en la resolución de los problemas centrales de la vitivinicultura. Como sucediera en el pasado, las crisis sólo encontraban alivio cuando, debido a fenómenos naturales, la vendimia arrojaba una cosecha inferior a la habitual y se elaboraba menos vino.

Los empresarios frente a la regulación

Grandes bodegueros y fuertes comerciantes habían establecido en 1904 una entidad empresaria para actuar en defensa de sus intereses. Con el nombre de Centro Vitivinícola Nacional, luego Centro Vitivinícola Argentino, realizaron propuestas de medidas y disposiciones sobre producción y comercialización de vinos ante el Estado nacional, monitorearon estrechamente esas políticas y disputaron precios y modos de transporte de su producción con las compañías ferroviarias que unían la región cuyana con el litoral. Para ello se establecieron desde el primer momento en la ciudad de Buenos Aires, para asegurar su fácil comunicación con las autoridades nacionales y presentarse como institución suprarregional. En sus intentos por nacionalizar las demandas sectoriales presentaron los problemas de la agroindustria como cuestiones económicas dignas de figurar en la agenda nacional, alcanzando logros importantes en la consecución de sus propósitos.

Como ya quedó planteado, el mercado interno, donde se consumían los vinos argentinos, era un aspecto estratégico de las preocupaciones de los empresarios del vino. Al producirse la crisis de 1930, la cuestión adquirió una nueva relevancia; a las habituales recomendaciones de protección de esos espacios se agregaron las referencias a la necesidad de extremar los controles para asegurar la buena calidad de los vinos librados al consumo. Esta tarea, según los bodegueros, incumbía tanto al Estado nacional como a los propios productores. Las autoridades deberían arbitrar los medios para asegurar la pureza del producto, tanto en los centros de elaboración como en los puntos de venta, mientras los fabricantes extremarían los cuidados para evitar que se librasen al público caldos inferiores, falsificados o sin el suficiente añejamiento. Las recomendaciones se extendían tanto a viñateros como a vinicultores, insistiendo en el correcto manejo de la vendimia, en las precauciones del traslado, en la limpieza de las bodegas y en la obligación de mejorar los métodos de elaboración.

La industria vitivinícola argentina fabricaba básicamente vinos comunes, destinados al

consumo de las clases trabajadoras; su traslado se realizaba generalmente a granel, mientras el fraccionamiento se realizaba en los centros de consumo, sin un control demasiado estrecho de posibles defraudaciones. Frente a la nueva etapa, en coincidencia con la necesidad de fomentar el desarrollo de la industria nacional, los bodegueros se lanzaron a capturar otras franjas del mercado, acostumbradas a consumir productos más refinados. De allí la insistencia en mejorar la calidad de los vinos, cuando la crisis disminuía la capacidad adquisitiva de los obreros del litoral y obligaba a los sectores medios a prescindir de los géneros importados. La diversificación de la producción se convertía en una herramienta para mantener la competitividad.

Frente a las medidas instrumentadas por la Junta Reguladora, el Centro mantuvo una actitud expectante y ambigua. Es que si bien los bodegueros desconfiaban de la eficacia de la destrucción de viñas o el derrame de vinos para remediar los problemas, en la Comisión Asesora de la Junta figuraban importantes socios de la entidad y su propio presidente. Además, esas medidas se consideraban imprescindibles como paliativos de emergencia. Estas consideraciones aparecían con claridad en una nota presentada por la institución empresaria a la Junta, en mayo de 1935:

"La destrucción de viñedos y uvas sienta este hecho paradójal. Mientras en Mendoza se entierra la uva para eliminarla del consumo, el consumidor tiene que pagar una exorbitancia por una botella de vino, producida en la misma región; este y muchos otros aspectos del problema vitivinícola, muestran la complejidad del mismo y nos dicen que no es con medidas de emergencia, antieconómicas y de lesa oportunidad, que se llegará a la anhelada solución que todos desean. [...] Sin embargo, ante la situación actual algo hay que hacer y ello justifica, en cierto modo, la labor en que está empeñada esa H. Junta, [...]"¹⁶

Meses después volvía a dirigirse a la Junta proponiendo, en carácter de soluciones prácticas apropiadas, "normas estrictas para la elaboración de vinos y fomento de la fabricación de los subproductos de la uva", proposiciones ya contenidas en planteos realizados en la década de 1920. En los años siguientes, los empresarios mantuvieron un discurso semejante: desconfianza ante las acciones de la Junta, reclamos por un mayor control y fiscalización de la producción y aprobación frente a la unificación de los impuestos al consumo. En ningún momento empresarios y gobierno nacional se enfrentaron seriamente durante esta etapa. Podría señalarse que la regulación, aunque no los satisfacía plenamente, no comprometía las bases de su riqueza o de su poder regional.

Es interesante comparar estas actitudes empresariales con las posturas adoptadas por la institución ante las políticas implementadas por el gobierno nacional desde 1945. Hacia mediados de ese año presentaron quejas por las disposiciones que obligaban a mantener, para diversos productos de consumo habitual, los precios de venta del año anterior. El pedido de levantamiento de esta medida para los vinos comunes fue atendido y se logró un acuerdo. Pero la tensión entre los miembros del Centro y el gobierno nacional se agudizó hacia fines

¹⁶ *AGRICOLA. Revista del Centro Vitivinícola Argentino*, mayo 1935.

de ese año. En un editorial aparecido en diciembre los bodegueros acusaban al Estado de "un innecesario intervencionismo gubernamental en cuestiones de la industria", al oponerse férreamente al control de precios para sus productos. Con afirmaciones referidas a la autonomía que había caracterizado, desde siempre, la tarea de viñateros y bodegueros, los empresarios consideraban profundamente pernicioso la intervención del Estado en la cuestión. En la defensa de esa autonomía declaraban que "con los contratistas, obreros y cosechadores mejorados en sueldos y jornales a raíz de sucesivos aumentos por convenio, no existe problema en Cuyo. [...] Por eso, con rara unanimidad, la asociación de contratistas, [...] los bodegueros trasladistas y los exportadores, coinciden en declarar innecesaria toda fijación de precios por parte del Gobierno."¹⁷ El mensaje era claro, el Estado podía, y hasta debía, intervenir cuando la situación se complicaba y los empresarios demandaban ayuda. Cuando "no existía problema" se imponía la vigencia de "la siempre oportuna ley de la oferta y la demanda, que regula el fiel de las transacciones."

Reflexiones finales

Este trabajo pretende reflexionar sobre las formas en que los gobiernos, tanto nacional como provincial mendocino, enfrentaron las consecuencias de la crisis de 1930 instrumentando políticas que iban más allá de la regulación. Al mismo tiempo que la Junta de Vinos compraba vino para derramarlo y viñas para destruirlas, se intentó generar un nuevo modelo económico que prestara más atención al mercado interno. Para ello se reforzaron campañas publicitarias y el Estado se convirtió en agente de propaganda de la producción nacional. Además, el consumo de esos productos fue presentado como una tarea de sano "patriotismo", una obligación de los verdaderos ciudadanos de la Argentina. Aunque para todas las elaboraciones nacionales se realizó este trabajo de atribución de valores simbólicos, en el caso del vino se produjo una continuidad en las acciones de productores privados y el Estado, toda vez que la Junta reprodujo, con su firma, los avisos que venía difundiendo el empresariado bodeguero.

El Estado provincial, por su parte, instaló la Fiesta de la Vendimia a partir de 1936. En medio de la crisis y la devastación de "la riqueza provincial", el gobierno creó una celebración destinada a construir y fijar en la memoria colectiva una particular versión de la historia tradicional de la agroindustria, llenándola de referencias a la "esforzada labor" de los trabajadores y de manifestaciones de una pretendida armonía entre sectores sociales. El festejo pretendía presentar una realidad sin conflictos, mediante el establecimiento de una serie de desfiles y ceremonias que apuntaban a generar -y regular- manifestaciones de alegría popular.

Estrictas medidas reguladoras del comercio y aun de la producción, junto con la atribución de valores extraeconómicos a concretas actividades económicas, fueron los ras-

¹⁷ VINOS, VIÑAS Y FRUTAS. *Revista del C. V. A.*, Buenos Aires, diciembre 1945.

gos de la etapa, en momentos en que la dirigencia regional y los conductores del Estado nacional se esforzaban por agregar "ruedas menores" a la gran industria madre del país, sitiada y restringida por la crisis internacional