

Calidad en la vitivinicultura globalizada

Sus múltiples usos y significados

Martha Judith Sánchez Gómez

Germán Quaranta

Compiladores



INSTITUTO
DE INVESTIGACIONES
SOCIALES



Forma sugerida de citar: Sánchez, M. J., Quaranta, G., Novello, R., Pizzolato, D., Noelia Salantino, M., Sánchez Vives, F., Brignardello, M., Santos Gómez, H., Tomic, P., Trumper, R. & Sevilla, A. (2025). Calidad en la vitivinicultura globalizada; sus múltiples usos y significados. Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Sociales. <https://ru.iis.sociales.unam.mx/>

Excepto donde se indique lo contrario, esta obra está bajo una licencia Creative Commons Atribución-No comercial-Compartir igual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0 Internacional): <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/legalcode.es>

Con la licencia CC-BY-NC-SA usted es libre de:

- Compartir: copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato.
- Adaptar: remezclar, transformar y construir a partir del material.

Bajo los siguientes términos:

- Atribución: usted debe dar crédito de manera adecuada, brindar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que usted o su uso tienen el apoyo de la licenciante.
- No comercial: usted no puede hacer uso del material con propósitos comerciales.
- Compartir igual: si remezcla, transforma o crea a partir del material, debe distribuir su contribución bajo la misma licencia del original.

En los casos que sea usada la presente obra, deben respetarse los términos especificados en esta licencia.

Calidad en la vitivinicultura globalizada. Sus múltiples usos y significados

Martha Judith Sánchez Gómez

Germán Quaranta

Compiladores



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Instituto de Investigaciones Sociales

Ciudad de México, 2025

Comité Editorial de Libros del IISUNAM

Marcela Amaro Rosales • IISUNAM

Presidenta

Karina Bárcenas Barajas • IISUNAM

Secretaria

Marcos Agustín Cueva Perus • IISUNAM

Bruno Felipe de Souza e Miranda • IISUNAM

Matilde Luna Ledesma • IISUNAM

Karolina Monika Gilas • FCPYS, UNAM

Adriana Murguía Lores • FCPYS, UNAM

Eduardo Nivón Bolán • UAM-I

Sergio Javier Sepúlveda Horta • IISUNAM

Juan Cruz Olmeda • COLMEX

Catalogación en la publicación UNAM.

Dirección General de Bibliotecas y Servicios Digitales de Información

Nombres: Sánchez, Martha Judith. | Quaranta, Germán.

Título: Calidad en la vitivinicultura globalizada : sus múltiples usos y significados / Martha Judith Sánchez Gómez, Germán Quaranta, compiladores.

Descripción: Primera edición electrónica. | Ciudad de México : Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Sociales, 2025.

Identificadores: LIBRUNAM 2266732 (libro electrónico) | ISBN [9786075874920](#) (libro electrónico) (e-pub) | ISBN [9786075875187](#) (libro electrónico) (PDF).

Temas: Industria vitivinícola. | Control de calidad. | Marcas de procedencia. | Enoturismo.

Clasificación: LCC HD9370.5 (libro electrónico) | DDC 338.476632—dc23

Este libro fue sometido a un proceso de dictaminación por académicos externos al Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México, de acuerdo con las normas establecidas por el Comité Editorial de Libros del Instituto.

Primera edición electrónica en PDF: diciembre de 2025, de acuerdo con la primera edición en e-pub de junio de 2025.

D.R. © 2025, Universidad Nacional Autónoma de México

Instituto de Investigaciones Sociales

Circuito Mario de la Cueva, s/n

Ciudad Universitaria, Coyoacán, 04510, CDMX

www.iis.unam.mx

Repositorio IIS-UNAM: ru.iis.sociales.unam.mx

Correo electrónico: repositorio.iis@sociales.unam.mx

Libro electrónico editado por el Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM. Se terminó de producir en junio de 2025. La edición electrónica en formato e-pub estuvo a cargo de Óscar Quintana Ángeles.

Participaron: Sergio Sepúlveda Horta (coordinación editorial), María Antonieta Figueroa Gómez (revisión de contenidos electrónicos), Cynthia Trigos Suzán (diseño de portada y tratamiento de imágenes) y Mauro Chávez Rodríguez (cuidado de la edición).

ISBN: [978-607-587-518-7](#)

Sobre este libro

Con la creciente globalización de la producción y el consumo del vino que ha ofrecido a los consumidores el acceso a una gran diversidad de vinos y a espacios y experiencias singulares en las zonas vitivinícolas, los y las autoras abordan los diferentes significados y usos asociados al concepto de *calidad*. Desde las ciencias sociales, el estudio de este concepto remite a una gran diversidad de prácticas y relaciones sociales. La calidad es un concepto polisémico que se construye desde diferentes espacios e intereses, desde las prácticas en el campo, pasando por la elaboración y el consumo del vino, en el que actores diversos interactúan y se apropian de dicho concepto para defender sus intereses.

El libro aborda en diferentes países y contextos del vino globalizado cómo se construye y se apropia el concepto de calidad asociado tanto a los vinos como a su influencia en los territorios y en las experiencias y vivencias de los consumidores.

Así, el libro presenta al lector una caracterización de los procesos de reestructuración de la vitivinicultura de calidad en diferentes países, las transformaciones en el mundo laboral asociadas a ésta y las disputas que pueden surgir entre el capital y el trabajo en torno a su definición. Asimismo, nos brinda una interpretación de los procesos de reconfiguración de los espacios vitivinícolas a partir de experiencias y actividades de enoturismo que recrean el territorio asociadas al consumo de vino considerado de calidad. Finalmente, en sus páginas se muestra el paso del consumo masivo de sectores populares de la población hacia modalidades de consumo más elitista de un vino que se define como *vino de calidad*.

Contenido

Sobre este libro

Presentación

Martha Judith Sánchez Gómez y Germán Quaranta

LA CALIDAD EN EL PROCESO DE ELABORACIÓN DE LOS VINOS

Los momentos de la reestructuración vitivinícola argentina: de la crisis terminal del modelo productivista a la actualidad

Germán Quaranta, Raúl Novello y Daniel Pizzolato

Vitivinicultura de calidad y trabajo: transformaciones recientes en el Valle de Uco, en Mendoza, Argentina

María Noelia Salatino, Fernanda Sánchez Vives y María Brignardello

Reestructuración agrícola y vitivinicultura en California: notas sobre empleo, trabajo y sociedad rural

Hugo Santos Gómez

LA CALIDAD QUE SE EXPANDE MÁS ALLÁ DE LOS VINOS

De la vitivinicultura al enoturismo y a la economía de la experiencia. El Valle de Guadalupe en Baja California

Martha Judith Sánchez Gómez

Chile: Vino, globalización y calidad

Patricia Tomic y Ricardo Trumper

La calidad en la estrategia del trabajo sindical de los trabajadores de bodegas y viñedos de Champaña

Ariel Sevilla

Sobre las autoras y autores

Presentación

Martha Judith Sánchez Gómez

Germán Quaranta

[\[Regresar al contenido \]](#)

La *calidad* es un concepto presente en la industria globalizada del vino. Con el incremento de los países productores y exportadores de este producto, en un contexto en donde el vino se convierte en una mercancía de alto valor y denota distinción, cultura y singularidad, dicho concepto se usa para determinar los parámetros que permitirán colocar al vino en una escala jerarquizada de valor, con lo que ciertas variedades de uva, los métodos de cultivo y elaboración, el conocimiento de expertos en estos procesos, los espacios imbuidos de características ideales para el cultivo de la vid, los servicios, las experiencias y las vivencias exclusivas en torno a estos espacios, la mercadotecnia para su promoción, los concursos para su validación y los eventos para su difusión constituyen un amplio conjunto de elementos que acompañan la definición de las diferentes calidades del vino y su entorno.

La competencia por los mercados de las empresas vitivinícolas se refleja en una estrategia de diferenciación de los productos que ofrecen. Los criterios utilizados para llevar adelante la diferenciación del vino son sintetizados en la noción polisémica de *calidad*, que incluye una gran variedad de aspectos objetivos y subjetivos sobre el vino y su consumo. Una forma de considerar la calidad del vino son los atributos conferidos a los diferentes productos, que dependen tanto de las características propias de la bebida como de las experiencias que los consumidores le asocian. Algunos autores señalan que los atributos observados por los consumidores son resultado de diferentes combinaciones de los criterios referidos a la búsqueda del vino (etiqueta, botella, precio, certificación, etc.), la experiencia del consumo (aroma, sabor, cuerpo, etc.) y la confianza en el producto (procedencia, bodega, elaboración, forma de cultivo, etc.) (Compés, Montoro y Elorz: 2014).

De acuerdo con Gadea, Brignardello y Torres (2018: 66), se considera que “la calidad y los criterios que la definen no presentan formas fijas u objetivas, sino

que constituyen el resultado de una construcción social continuamente recreada. La calidad es un territorio de disputa”; y tal y como lo plantea Raftery (2017), esos criterios están presentes tanto en las formas de producir como de consumir el vino.

Estas formas son un conjunto de elementos distintivos de la construcción social de la calidad. Las condiciones agroclimáticas presentes en las zonas de producción, las variedades de la vid, las modalidades de cultivo y el cuidado, las formas de cosechar la uva y la elaboración y las características organolépticas del vino son elementos presentes en la definición de la calidad en el cultivo de la vid y la elaboración del vino (Gadea, Brignardello y Torres, 2018). Los países que son actores históricos de los mercados mundiales asociaron las condiciones de la producción a la idea de *terruño* y a las condiciones productivas y culturales presentes en esos territorios (Rodríguez Gómez, 2004). Las naciones que desarrollan más recientemente la producción vitivinícola o irrumpen en las últimas décadas en los mercados mundiales construyen criterios de calidad basados en la producción varietal. La reestructuración de la producción vitivinícola en los países protagonistas de la vitivinicultura global constituye un testimonio de la difusión de los criterios de calidad en esta actividad (Neiman, 2003; Ewert, 2012).

La sanción institucional de las condiciones de producción que sostienen la definición de calidad es realizada, cuando existe, por instancias público-privadas, como las *denominaciones de origen* o las *identificaciones geográficas* (Ponte, 2009). Estas certificaciones son un criterio adicional de diferenciación de los vinos producidos con el propósito de generar una condición particular que pueda ser traducida en una renta monopólica capturada por esta mercancía (Harvey, 2002). El gusto y las condiciones de producción presentes en el *terruño* son contruidos con la finalidad de generar rentas “diferenciales” ante un vino considerado promedio.

Con respecto al consumo, es central la noción de *construcción social del gusto*, que tiene que ver con las papilas gustativas, pero también está conectada “a distinción, a procesos civilizatorios y a poder (...) conocer o saber de vino está más ligado a lo social, cultural y político que a los sentidos” (Tomic y Trumper en este libro, tomado de Ray, 2017; la traducción es de los autores). Esta construcción es definida, precisamente, en gran medida, desde las formas de consumir el vino. El significado del consumo asociado a la distinción social es edificado desde la amplia variedad de subjetividades de los consumidores; de

esta forma, el contenido y el sentido que adquiere la calidad pueden presentar una amplia multiplicidad de sentidos. Asimismo, el interés por este producto, la competencia mundial y las ganancias que se derivan han llevado a desarrollar lo que se ha denominado el *enoturismo*. La economía de la experiencia explica la importancia y el posicionamiento de esta actividad que trasciende el mero consumo; los vinos están asociados a las experiencias que se ofrecen desde su consumo, así como al espacio vitivinícola y a una serie de bienes y servicios que valorizan no sólo los vinos, sino sus territorios y las experiencias que los consumidores están dispuestos a reconocer con un valor monetario.

Así, la calidad es una noción o un conjunto de principios socialmente contruidos que constituyen un mecanismo de organización y regulación de la producción, la distribución y el consumo. En gran medida, la producción y el consumo están definidos por la forma en que se entiende y se implementa la calidad a través de las relaciones sociales de producción y consumo. Además, estos criterios tienen un papel muy importante en la distribución y apropiación del valor generado por la actividad.

Como se desprende del análisis previo, el vino posee algunas características singulares que lo diferencian de otros productos agrícolas y de otras bebidas y colocan el tema de la calidad en el centro del interés de una amplia gama de disciplinas de las ciencias sociales y la alimentación. La escuela francesa de la economía de las convenciones y otras versiones institucionalistas de esta disciplina prestan, junto a la sociología económica, una atención especial a los mecanismos de coordinación y regulación social del mercado de carácter público y privado que operan en la construcción y definición de la calidad (Ponte, 2009; De Castro, Gadea y Sánchez, 2021).

A lo largo de la historia ha habido un creciente interés por regular la producción del vino y mantener un nicho de exclusividad y prestigio alrededor de este producto. Los inicios de las ahora llamadas *indicaciones* o *denominaciones* de origen provienen de la *appellation de origine controlé* de Francia, creada por la necesidad de regular la producción del vino para evitar fraudes y asegurar la inocuidad del producto. Posteriormente, con la globalización del vino y la creciente competencia, las empresas generaron diversas formas de posicionarse en el mercado. Una de éstas es la promoción en el mercado mundial resaltando la calidad de los vinos. Tradicionalmente, las zonas productoras eran las que proveían esos vinos de calidad, pero conforme crece el espectro de países productores se busca la manera de hacerla visible y

potenciarla. En algunos países se siguió la estrategia de elaborar vinos de calidad que pudieran competir en los famosos concursos donde determinan mediante *catas ciegas* cuáles son los mejores. Ésta es una estrategia de promoción que otorga el éxito en los concursos.

Por otro lado, las empresas y los Estados crean diferentes indicaciones geográficas y denominaciones de origen para lograr una mayor visibilidad en el mercado global y poner en juego criterios y estrategias de diferenciación. De esta forma, tenemos países, como España, con una clara normatividad para calificar los vinos que produce, variando en esas figuras de protección el nivel exigencia para definir sus características. Estas figuras son vinos de calidad con *indicación geográfica, denominación de origen, denominación de origen protegida y vinos de pago*. Otros países, más que crear una denominación de origen con criterios definidos, promocionan los vinos de la zona mediante la inversión de grandes capitales y la búsqueda de la calidad, y en lugar de seguir los lineamientos y criterios restrictivos de las denominaciones de origen se promocionan y se ofertan, precisamente, como vinos de una zona que tiene las características ideales para su elaboración, que ganan concursos internacionales y que están ubicados en un territorio que ofrece otros servicios y productos asociados. Esos territorios abrevan del prestigio de los vinos del lugar y se pueden colocar como espacios de vivencia enoturística a nivel mundial, como la zona de Napa y Sonoma, en el estado de California, en la Unión Americana. La calidad permea no sólo al vino, sino a los territorios y las experiencias que se obtendrán en esos lugares.

Otro tipo de enfoque de los economistas señala que el vino de calidad puede alcanzar precios exorbitantes al ser conservado por periodos largos, en los que incrementa su valor, por lo que se convierte en un activo financiero importante. Es también un producto que depende de las condiciones climáticas de la añada y de la experiencia (el consumo) para evaluar su calidad (Storchmann, 2012: 7). Al respecto, se han desarrollado estudios y modelos para entender el peso de estos elementos en el valor del vino. Es interesante que algunos resultados señalen, entre otros aspectos, en cuanto al valor futuro de un vino, que se logra una mayor aproximación con las condiciones climáticas de la añada que con la opinión de los expertos.

También se señala el creciente interés de los consumidores por una opinión experta a través de diferentes medios, como los concursos y las publicaciones, lo que lleva al notable incremento de los canales de difusión, como las revistas,

que se iniciaron en 1973 con *California Grapevines* y para 2010 podían reconocerse seis de estas publicaciones[1] cuyos suscriptores van de los tres mil[2] a más de 368 mil[3] (Storchmann, 2012: 22).

Así, diversas disciplinas se aproximan a esta mercancía desde múltiples ángulos de análisis; la sociología agraria y de la alimentación desde el estudio de toda la cadena, iniciando con las actividades del campo, pasando por la elaboración y el consumo, hasta la potencialidad de esta mercancía singular, que junto con la oferta de otros bienes y servicios permite generar las ganancias que aborda la economía de la experiencia y eventualmente dar cuenta del desarrollo de las regiones en donde la producción se encuentra asentada.

Este libro es producto de un seminario desarrollado en la red de investigación “Globalización del vino. Transformaciones e impactos productivos, territoriales y sociales”, con sede en el Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México, que permitió a las autoras y los autores que participan en el libro analizar el tan nombrado y ubicuo concepto de *calidad*. El libro integra una serie de estudios sobre las diferentes formas en que la calidad del vino es creada, utilizada y promocionada en distintos espacios vitivinícolas. Incluye dos trabajos que abordan la implementación del concepto de *calidad* en un territorio del nuevo mundo del vino, en donde el énfasis está en la promoción de una variedad de uva que otorga la distintividad del vino, la malbec, además del proceso de elaboración y su proyección a nivel mundial como vino argentino de calidad. En esta misma línea —la búsqueda de la calidad en el vino—, se incluye un texto sobre California, en el que se pone énfasis en la importancia del trabajo realizado por los jornaleros en el campo para lograr la calidad del vino. Continúa con dos textos que abordan el concepto de calidad asociado a otros bienes y servicios, como el enoturismo en el Valle de Guadalupe, en México, y el gastro-turismo en Chile. Finalmente, el concepto es observado a través de una lente que trasciende el área de la producción y la comercialización para utilizarse como recurso con el propósito de detener la introducción de máquinas vendimiadoras en la zona de Champaña, en Francia, aduciendo que el prestigio de la zona involucra no sólo la calidad del producto, sino el entorno.

La idea es mostrar las diferentes formas en que la *calidad* —cuya construcción responde a diversos criterios— es creada para promocionar y vender los vinos y los bienes y servicios que se le asocian, permitiendo una

mayor rentabilidad a una actividad sumamente competitiva a nivel mundial. Asimismo, que este concepto puede moldear las relaciones sociales y ser utilizado para negociar las condiciones laborales de los trabajadores.

El libro está organizado en dos partes: “La calidad en el proceso de elaboración de los vinos” y “La calidad que se expande más allá de los vinos”. La primera la integran tres capítulos. En el primero, titulado “Los momentos de la reestructuración vitivinícola argentina: de la crisis terminal del modelo productivista a la actualidad”, Germán Quaranta, Raúl Novello y Roberto Pizzolato abordan la reestructuración de la vitivinicultura argentina a partir de la experiencia de la provincia de Mendoza, el principal territorio vitivinícola del país. Luego de ubicar a los lectores en la evolución histórica de la actividad, se analiza el mercado mundial del vino para posteriormente profundizar en la evolución de los procesos de reestructuración que experimentó la vitivinicultura en esa provincia.

La producción, el consumo y la exportación de vinos modifican su geografía con la aparición de los llamados nuevos países vitivinícolas. Europa, aunque mantiene una posición central, cede espacios a estos “nuevos” países tanto en la producción como en las exportaciones y el consumo mundial del vino. Los volúmenes producidos y consumidos continúan estables, pero la vitivinicultura mundial modifica la distribución geográfica. Las exportaciones progresan en todos los continentes, con una fuerte incidencia del continente americano, impulsadas por Estados Unidos, Argentina y Chile.

En este contexto global, la vitivinicultura argentina experimenta una profunda reestructuración que puede observarse en tres momentos. En el primero, con la plantación de nuevas variedades, la incorporación de nuevas tecnologías a los viñedos y a la elaboración del vino, el ingreso de nuevos capitales, etc., se va conformando una manera de producir vinos con nuevos criterios de calidad. Este modelo, asociado a mayores escalas de producción, es acompañado por la utilización de una mayor proporción de trabajo asalariado y temporal en condiciones precarias. El segundo momento acentúa la orientación exportadora de la nueva vitivinicultura y la actividad consolida el perfil asociado a las escalas económicas y productivas de mayor tamaño. El tercer momento se caracteriza por la concentración geográfica de los viñedos y la especialización en la variedad malbec. Con estas condiciones, la vitivinicultura argentina recorre una trayectoria de especialización productiva y de mecanización que marginaliza territorios y sujetos sociales de la actividad.

En el capítulo titulado “Vitivinicultura de calidad y trabajo: transformaciones recientes en el Valle de Uco, en Mendoza, Argentina”, María Noelia Salatino, Fernanda Sánchez Vives y María Brignardello abordan la organización laboral y los mercados de trabajo de la vitivinicultura en la región, perteneciente a una de las principales áreas comprendidas por la reestructuración de la actividad en Argentina, que adquiere centralidad como una de las principales zonas de producción de vinos de alta calidad enológica. En el capítulo, luego de caracterizar la vitivinicultura del Valle de Uco, se desmenuza el concepto de *calidad* que opera en estas transformaciones y cómo evoluciona en las últimas décadas. Posteriormente se abordan, a partir de un relevamiento de medio centenar de casos, dimensiones clave del mercado de trabajo relacionadas con las transformaciones más importantes de estos procesos. Un eje nodal del análisis es que los criterios de calidad actúan de una manera central en el fenómeno de la reestructuración de la vitivinicultura.

Así, la *calidad* constituye un criterio dinámico que evoluciona, modificando o complejizando su definición. En un primer momento está asociado a los varietales y a las prácticas agronómicas que actualmente se encuentran generalizadas en el área. En los últimos años, el criterio ha incorporado un nuevo elemento diferenciador a través de las indicaciones geográficas, a las que comienzan a sumarse nuevas certificaciones ambientales. Las tareas laborales, que consisten en nuevos elementos de la organización del trabajo en los primeros momentos de la reestructuración, están generalizadas en la actualidad en la vitivinicultura del Valle de Uco. Al mismo tiempo que el avance de la mecanización de la cosecha de la uva pone a discusión la vieja idea de que las uvas para los vinos de “calidad” no pueden ser cosechadas por máquinas.

El tercer capítulo plantea la importancia de los trabajadores y sus labores para lograr esos vinos de calidad. Hugo Santos, en el capítulo titulado “Reestructuración agrícola y vitivinicultura en California: notas sobre empleo, trabajo y sociedad rural”, aporta datos para entender la importancia de la mano de obra en la reestructuración de la agricultura californiana y específicamente en el desarrollo de la vitivinicultura en el condado de Santa Bárbara, uno de los que forman, junto con San Luis Obispo y Monterrey, el corazón de la región vitivinícola de la costa central californiana. En esos lugares se pasa de cultivos menos intensivos en mano de obra a los altamente demandantes de esta labor, como es el caso de las uvas y otros cultivos de frutas y verduras. El autor señala que no sólo hubo un cambio de cultivos, sino también una expansión de la

frontera agrícola. Muestra que el desarrollo de la vitivinicultura en la costa central californiana se apoya, entre otras cosas, en el acceso oportuno a la fuerza de trabajo de los jornaleros agrícolas que requiere para producir vinos de alta calidad. Esto se encuentra determinado por el asentamiento de trabajadores que pueden emplearse en diferentes ciclos productivos a lo largo del año, logrando tener un empleo intermitente entre distintas cosechas.

Los jornaleros en los viñedos siguen siendo importantes y aun cuando no son reconocidos como trabajadores especializados sí lo son y su trabajo es esencial para producir esos vinos de calidad, por lo cual algunas zonas vitivinícolas utilizan, según el argumento del autor, mano de obra en lugar de máquinas para el cuidado y cultivo de la vid. Esta mano de obra no sólo ayuda en el proceso de elaboración de los vinos de calidad, sino que es un elemento que posiciona esa calidad de “vinos elaborados con las vides que los trabajadores cuidadosamente han recolectado”. El autor señala que esos trabajadores especializados en diversas tareas agrícolas son necesarios, que su experiencia y *expertise* son valiosos y, por lo tanto, constituyen el contingente que se requiere en esos lugares productivos para realizar estas tareas. El capítulo contiene, al mismo tiempo, una interesante discusión acerca del tan recurrido tema de la mecanización y señala las posibles limitaciones para utilizarla en este cultivo, como el elevado costo, las dificultades por las condiciones del terreno y el cuidado que hay que tener con cierto tipo de uvas, como el *pinot noir*, o los requerimientos del mercado. Señala que la moderna agricultura californiana requiere de una mano de obra flexible para responder a la estacionalidad diferencial de sus cultivos, pero con “contingentes estables, accesibles y capacitados para tareas delicadas”. La necesidad de trabajadores y su asentamiento es abordado en el capítulo y se estudian los cambios acaecidos en esas comunidades rurales.

De manera evidente, la necesidad de utilizar trabajo manual para garantizar un vino de “calidad” entra en discusión al comparar el caso del Valle de Uco con la costa central californiana y los capítulos mencionados son un tema abierto a la discusión y un aporte a este debate.

En la segunda parte del libro, Martha Judith Sánchez, en el capítulo titulado “De la vitivinicultura al enoturismo y a la economía de la experiencia. El Valle de Guadalupe en Baja California”, analiza los cambios en la zona vitivinícola más importante de México. Con el uso de diversas técnicas de investigación (una encuesta, datos censales y estadísticos, recorridos por la zona, entrevistas,

búsquedas en las páginas *web* de las empresas, en las guías de turismo y en la literatura sobre el tema), aborda los cambios vividos en la zona junto a las estrategias y los recursos que permitieron la conversión del Valle de Guadalupe en una zona de vivencia enoturística que ofrece vinos de calidad y experiencias para sus visitantes, promoviendo su inclusión en el mundo globalizado del vino. Parte del planteamiento de que la calidad se construye no sólo en el vino, sino en el entorno y en la construcción de un espacio enoturístico que ofrece experiencias que se materializan en una serie de bienes y servicios. A diferencia del capítulo sobre la zona vitivinícola tradicional de Champaña, en Francia (que abordaremos más adelante), que sienta sus bases para la calidad en la tradición y el espacio, en esta zona, como parte de los nuevos países del vino, la calidad es construida siguiendo la estrategia de Napa, en California, una de las principales zonas del vino del nuevo mundo, pionera en ofrecer una serie de bienes y servicios asociados a su producto, lo que tiene un efecto sobre el territorio y evoluciona fuertemente con base en la economía de la experiencia. El capítulo aborda los cambios que este modelo produce en la vitivinicultura, con lo que el negocio del vino puede expandirse más allá de los viñedos y la elaboración al estar en una zona vitivinícola que permite el desarrollo y la obtención de ganancias en otras ramas de la industria asociada o no a esos viñedos y bodegas, como la restaurantera, la hotelera, el negocio inmobiliario y los espectáculos.

El capítulo de Patricia Tomic y Ricardo Trumper, “Chile: Vino, globalización y calidad”, hace un recorrido a través de la historia del país en el que analizan el cambio en el consumo del vino, que era parte de la alimentación de los sectores populares y pasa a convertirse en una mercancía inaccesible para ellos. Esta bebida globalizada y con una producción muy importante, tanto por sus dimensiones como por los recursos económicos que genera en ese país, se transforma siguiendo los parámetros y los criterios de calidad para el vino de exportación en un mundo globalizado. Este vino se consume ahora en espacios diseñados para denotar la cultura y la distinción sólo de algunos y se ha dejado un vino no envasado para las clases populares que compite con otro tipo de bebidas de menor precio. En el Chile actual, como señalan los autores, “la calidad está determinada en parte importante por la aproximación de los vinos chilenos a los vinos producidos globalmente con tecnologías establecidas y para paladares entrenados a sabores aceptados internacionalmente, donde enólogos y *sommeliers* juegan un rol simbólico importante”. En un país

altamente estratificado, los vinos que se producen para el mercado internacional son accesibles sólo para individuos con ingresos y gustos globalizados y son denominados como vinos “superfinos” y “finos”. Los que no corresponden a las cepas, la tecnología y las formas de elaboración de los vinos producidos globalmente, como en otros países vitivinícolas, son más económicos y son denominados “corrientes” o “masivos”. Los autores señalan que el precio y la calidad se definen de manera central a través del “gusto” y están relacionados con la clase social de los consumidores y la educación de sus paladares. Discuten sobre la noción de *calidad* siguiendo la centralidad de la producción del vino en un país que vivió cambios importantes en su vida política y su modelo de desarrollo. Mediante un trabajo de campo propio de una aproximación netnográfica, exponen la escenificación de los espacios en donde se concretan los cambios en la alimentación en el Chile actual.

En el último capítulo, titulado “La calidad en la estrategia del trabajo sindical de los trabajadores de bodegas y viñedos de Champaña”, Ariel Sevilla, a partir de una “antropografía intersindical”, analiza la forma en que la acción sindical utiliza la noción de *calidad* involucrada en la Denominación de Origen Champagne (DOC) para desplegar su estrategia política frente a los intentos de mecanización de la cosecha por las empresas.

La DOC establece que la uva debe ser recolectada en un solo racimo y la estrategia sindical utiliza este criterio para evitar la mecanización. Frente a la amenaza para las condiciones de empleo debido a la mecanización, la estrategia sindical centra su acción en la noción de calidad y en la regulación de las condiciones de trabajo para frenar el uso de la máquina cosechadora. Ante el intento de implementar la cosecha mecánica por una empresa, la oposición sindical, a través de las normas laborales existentes, logra impedirlo. La empresa planifica un ensayo fuera del área comprendida por la DOC y ante la falta de la debida notificación al comité de empresa, el sindicato fundamenta su rechazo.

Ante este escenario, el argumento del capítulo sostiene que la acción sindical se apropia de una categoría del ámbito empresarial, la *calidad*, para desplegar su estrategia. Sus actores plantean lo siguiente: “¿Cuál es la imagen de ‘tradición’ que se desprende de un espacio vacío de seres humanos donde no se ven más que máquinas? ¿Cómo se compatibiliza el empleo de la máquina cosechadora con la denominación por la UNESCO de los ‘Viñedos, Grandes Casas y bodegas de Champaña’ al rango de Patrimonio Mundial de la

Humanidad?” La noción de *calidad* es considerada un significante vacío que cobra sentido a partir del contenido brindado por los actores sociales.

Recurriendo a los desarrollos de James C. Scott, interpreta que las estrategias sindicales en el ámbito empresarial son construidas a partir de un comportamiento de “simulación”, recurriendo a la noción de *calidad*, al mismo tiempo que el sindicato, también por fuera de la empresa, ejerce acciones de “enfrentamiento” con las entidades patronales.

La acción sindical está orientada a apoderarse la noción de *calidad* y darle nuevo significado, en función de sus objetivos estratégicos: evitar la mecanización y conservar el empleo. El trabajo concluye que la forma en que la actividad sindical logra la apropiación de la noción de *calidad* es clave para detener a la mecanización.

Los capítulos de esta obra, como se desprende de esta introducción, intentan abrir una discusión y una reflexión en torno al concepto tan usado de *calidad* y mostrar sus diversos contenidos de acuerdo con los objetivos de diversos actores involucrados en el negocio y el trabajo del vino. La calidad, por lo tanto, es una noción construida socialmente que varía en diferentes contextos y tiempos, a la vez que es un espacio de disputa y de poder, una arena para las luchas de los actores de la producción y el consumo del vino.

BIBLIOGRAFÍA

Castro, Carlos de, Elena Gadea y Miguel Ángel Sánchez (2021).

“Estandarizadores. La nueva burocracia privada que controla la calidad y la seguridad en las cadenas globales agrícolas”. *Revista Española de Sociología* 30 (1) [en línea]. Disponible en <https://recyt.fecyt.es/index.php/res/article/view/79656/63846> (consulta: 28 de noviembre de 2023).

Compés López, Raúl, Carmen Montoro Caverio y Katrin Simón Elorz (2014).

“Internacionalización, competitividad, diferenciación y estrategias de calidad”. En *La economía del vino en España y en el mundo*, coordinado por Juan Sebastián Castillo Valero y Raúl Compés, 311-348. Almería, España: Cajamar Caja Rural.

Ewert, Joachim (2012). “Is ‘embeddedness’ always good for economic

development? The case of the South African wine industry”. *Ager. Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural* (13): 107-123.

- Gadea, Elena, María Brignardello y Francisco Torres (2018). “La calidad en los procesos de reestructuración vitivinícola. Un análisis comparativo de los territorios en España y Argentina”. *Ager. Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural* (24): 63-93.
- Harvey, David (2002). “The art of rent: globalization, monopoly and the commodification of culture”. *Socialist Register* 38: 93-110.
- Neiman, Guillermo (2003). “La calidad como articulador de un nuevo espacio productivo y de organización del trabajo en la vitivinicultura mendocina”. En *El campo en la sociología actual. Una perspectiva latinoamericana*, compilado por Mónica Bendini, Josefa Salette Barbosa Cavalcanti, Miguel Murmis y Pedro Tsakoumagkos, 291-314. Buenos Aires: La Colmena.
- Ponte, Stefano (2009). “Governing through quality: Conventions and supply relations in the value chain for South African wine”. *Sociologia Ruralis* 49 (3): 236-257.
- Raftery, David (2017). “Producing value from Australia’s vineyards: an ethnographic approach to ‘the quality turn’ in the Australian wine industry”. *Journal of Political Ecology* 24 (1): 342-367 [en línea]. Disponible en <<https://doi.org/10.2458/v24i1.20877>>.
- Rodríguez Gómez, Guadalupe (2004). “El derecho a ostentar la dominación de origen: las disputas por la hegemonía en el mercado mundial”. *Desacatos* 15-16: 171-196.
- Storchmann, Karl (2012). “Wine economics”. *Journal of Wine Economics* 7 (1): 1-33.

[Notas]

[1] *Connoisseurs's Guide, Wine Spectator, Wine Advocate, Wine Enthusiast, Wine and Spirits, The Wine News.*

[2] *California Grape Wine.*

[3] *Wine Spectator.*

LA CALIDAD EN EL PROCESO DE ELABORACIÓN DE LOS VINOS

Los momentos de la reestructuración vitivinícola argentina: de la crisis terminal del modelo productivista a la actualidad

Germán Quaranta

Raúl Novello

Daniel Pizzolato

[\[Regresar al contenido \]](#)

INTRODUCCIÓN

El modelo de la vitivinicultura argentina de productividad alta por unidad de superficie y calidad enológica baja orientado al mercado interno y al consumo masivo enfrenta en la segunda mitad de la década de los años setenta y la primera mitad de los ochenta su crisis terminal. La actividad inicia un proceso de reestructuración de manera tenue en el segundo lustro de los años ochenta y de forma sostenida a partir de la última década del siglo pasado, acompañando las transformaciones globales del mundo del vino.

La reestructuración vitivinícola de Argentina, descrita por numerosos estudios, es caracterizada por la reconversión varietal, la incorporación de tecnología en la producción de uva y la elaboración de vino, el incremento de las escalas de producción de vid y el ingreso de capital extranjero, que junto a capitales nacionales motoriza estos procesos. El fenómeno está marcado, en general, por el cambio de una vitivinicultura productivista orientada al mercado interno y al consumo masivo de vino a un modelo de producción de vinos de mayor calidad enológica. Estas transformaciones acontecen en el contexto de un mercado interno que diferencia la demanda y disminuye el consumo promedio por habitante, a la vez que las exportaciones adquieren una mayor centralidad.

Así, la reestructuración de la vitivinicultura argentina atraviesa sucesivas etapas a partir de los años noventa, en las que profundiza algunos rasgos y modifica otros. Este capítulo busca dar cuenta de los rasgos principales del

fenómeno, identificando continuidades y rupturas a lo largo del proceso. El texto aborda estos cambios en la provincia de Mendoza, el principal espacio vitivinícola de Argentina, que representa de manera histórica tres cuartas partes de la producción de vinos del país, según los datos del Instituto Nacional de Vitivinicultura, y es el epicentro de estas transformaciones sociales y productivas.

En los dos apartados siguientes a esta introducción, con el propósito de ubicar a los lectores no interiorizados en el caso abordado, presentamos de manera sintética los orígenes y el desarrollo de la vitivinicultura moderna mendocina, a partir de la bibliografía de alta calidad académica disponible sobre la temática. Después, analizamos los procesos de reestructuración de la vitivinicultura global y el reflejo de este fenómeno en la evolución de las magnitudes de la producción, el consumo y las exportaciones mundiales de vino que constituyen el contexto de la globalización de la vitivinicultura mendocina.

Para abordar los procesos de reestructuración de la vitivinicultura mendocina y su evolución en los treinta años sucesivos a su inicio, se utilizan los trabajos existentes y las estadísticas disponibles. Estas últimas incluyen datos del Instituto Nacional de Vitivinicultura, del Censo Nacional Agropecuario, del Censo Nacional de Población, Hogares y Vivienda y de la Organización Internacional del Vino.

ORIGEN Y DESARROLLO DE LA VITIVINICULTURA MODERNA MENDOCINA

En la región de Cuyo, y de manera específica en los territorios que corresponden a la actual provincia de Mendoza, la actividad económica es organizada a mediados del siglo XIX en torno a la producción de alfalfa y la cría y engorde de ganado destinado a los mercados transandinos en la actual república de Chile. La producción de cereales y la existencia de frutales y viñedos, muy rudimentarios y en pequeña escala, acompañan la producción de alfalfa y la engorda de ganado. La ganadería de cría es realizada en las estancias de las áreas de secano y está subordinada por las haciendas ubicadas en las áreas irrigadas orientadas a la producción de alfalfa y la engorda de los vacunos previo a su arreo a los territorios transandinos. El trigo y las harinas de las haciendas constituyen el producto de intercambio con los ganaderos del litoral

pampeano que proveían los vacunos para destinar a la engorda y la exportación (Richard-Jorba *et al.*, 2006).

Los comerciantes integrados de la Ciudad de Mendoza controlan la economía que, en esos años y como recién se menciona, depende de la demanda de los mercados del actual territorio chileno. La desaceleración de la demanda transandina y la integración del territorio mendocino al mercado y al Estado nacional en formación a partir de 1870 presionan por la reorganización de la economía mendocina. La vitivinicultura capitalista será la actividad que promoverá una élite modernizante como alternativa al modelo económico desarticulado del ámbito nacional y que vincula la ganadería con las áreas de influencia del territorio chileno actual (Richard-Jorba, 2010).

La conformación del Estado y un mercado integrado a escala nacional promueven la articulación del territorio y la economía mendocina al litoral pampeano. El desarrollo de la vitivinicultura capitalista es la actividad económica que motoriza la integración de la provincia al mercado nacional que se consolida en las últimas décadas del siglo XIX. La alianza entre la burguesía nacional y provincial permitió la protección arancelaria de la producción cuyana de vino ante la competencia extranjera (Balán y López, 1977). Esta protección arancelaria es reforzada por la crisis de la filoxera que enfrenta la producción de vinos en Europa a fines del siglo XIX.

Así, el desarrollo de la vitivinicultura moderna mendocina combinó un conjunto de elementos que provocaron el crecimiento exponencial de la actividad a finales del siglo XIX y a principios del XX. Este proyecto es motorizado por una élite que visualiza en la vitivinicultura moderna una actividad que permite reemplazar la actividad ganadera destinada a los mercados chilenos. Esta élite, a partir de la constitución y el control del estado provincial, impulsa políticas vitales para la promoción de la nueva vitivinicultura (Richard-Jorba, 2010).

De esta manera, los sucesivos gobiernos provinciales promueven la implantación de vides a través de beneficios impositivos y crediticios, a la vez que desarrollan el sistema de riego, cuya expansión es un requisito obligatorio para el crecimiento exponencial que experimentan los viñedos.

El ferrocarril es la pieza clave que permite el envío de los vinos producidos a las ciudades más importantes del litoral pampeano, donde están concentrados los mercados consumidores, que crecían asociados a la inmigración proveniente del mediterráneo europeo, compuesta por una población

habituada al consumo del vino. Asimismo, el ferrocarril es la vía que facilita la llegada de la maquinaria requerida por la vitivinicultura moderna y de la migración que aporta brazos y conocimientos para la expansión vitivinícola (Richard-Jorba *et al.*, 2006).

El carácter extraordinario y la magnitud del proceso son expresados por la expansión de la población y de la superficie con vid. En 1885, Mendoza tenía 93,500 habitantes y una superficie de vid de tres mil hectáreas, mientras que en 1914 la población asciende a 277,500 personas y las vides cubren un área de 70,500 hectáreas.

Los actores presentes en la vitivinicultura mendocina en la última fecha son, en gran medida, aquellos que acompañaron a la actividad a lo largo del siglo XX. Coexisten grandes establecimientos productores de vid y vino, bodegas de distinto tamaño que elaboraban vinos a partir de la uva comprada a los viñateros y productores de vid de diferente escala.

Una figura clave en la expansión de la vid fue el denominado “contratista de plantación”, quien tenía a su cargo la implantación de las vides a cambio de un monto de dinero por cepa, la posibilidad de intercalar cultivos y el usufructo de las primeras cosechas de uva. Estos contratistas de plantación eran mayoritariamente inmigrantes procedentes de Europa que pudieron recorrer, a partir de los acuerdos establecidos, en los primeros años de la expansión de los viñedos, un sendero de acumulación que les permitía tener acceso a la propiedad de la tierra (Richard-Jorba, 2003). Estos procesos desembocan en la conformación de un amplio segmento de pequeños viñateros: alrededor de dos tercios de los productores de vid (Salvatore, 1986). Estos pequeños productores coexisten con un sector bodeguero concentrado que los enfrenta desde una posición de mercado dominante. La relación asimétrica entre pequeños productores y bodegueros acompaña a la vitivinicultura mendocina a lo largo del siglo XX.

EVOLUCIÓN Y CRISIS DEL MODELO PRODUCTIVISTA

El modelo de vitivinicultura que acompaña el avance del siglo XX, calificado muy oportunamente como centenario, está conformado a principios del siglo pasado (Mateu, 2007). La producción de grandes volúmenes de vino de baja calidad enológica para el consumo masivo de una población urbana que crece con el transcurso del siglo —primero motorizada por la migración internacional

y luego por la migración rural-urbana de la población nacional— constituye la demanda efectiva de la actividad a lo largo de esos años. La expansión es acompañada por recurrentes crisis de sobreproducción que motivaron políticas públicas destinadas a controlar los volúmenes producidos con la finalidad de ajustarlos a los requerimientos del consumo interno, que era la salida exclusiva con la que contaba la actividad, dada la casi nula orientación exportadora. La creación de la Junta Reguladora Nacional de Vinos, a mediados de los años treinta, es un hito de estas políticas (Mateu: 2007).

Otro momento clave en la construcción del andamiaje de políticas públicas destinadas a gestionar la sobreproducción es la adquisición por parte del estado provincial, a mitad de los años cincuenta, de 51% de Bodegas y Viñedos Giol. Esta empresa, que enfrenta un muy alto nivel de endeudamiento, es la de mayor envergadura del complejo vitivinícola y una de las principales compradoras de uva. El ejecutivo de la provincia, a partir del control de esta empresa, pretende manejar el precio del vino pagado a los viñateros que entregaban la uva a *fasçon*^[1] (Cerdá, 2021).^[2] De modo paralelo, la creación del Instituto Nacional de Vitivinicultura, en los primeros años de su existencia, es un instrumento de apoyo a los viñateros (Hernández, 2014).

La superficie con vid a principios de la década del treinta alcanza las 91,800 hectáreas. Los viñedos avanzan en los años sucesivos y casi duplican la superficie a principios de los años sesenta con 172,000 hectáreas. Este sendero arriba a su punto más alto hacia finales de los años setenta, cuando los viñedos ocupan un área de casi 252,800 hectáreas (Cerdá, 2011; Manzanal y Rofman, 1989). La producción de vino argentino es de algo más de 26,300,000 hectolitros al momento de la última fecha, la mayor de su historia. A su vez, completa la configuración de este escenario el consumo aparente por habitante, que es de algo más de noventa litros.

Las grandes empresas integradas verticalmente, los fraccionadores de vino, las bodegas que elaboraban a partir de la uva entregada por los viñateros bajo la modalidad de maquila o *fasçon* son los agentes económicos centrales de la producción. Los viñateros independientes, en su gran mayoría de pequeña escala, completan el mapa de los principales actores de la vitivinicultura productivista de baja calidad enológica que caracterizó al denominado modelo centenario. El vino elaborado a *fasçon* a partir de la uva de los viñateros independientes constituía el mercado de vino de traslado que alimenta a las empresas fraccionadoras. El gran número de pequeños viñateros constituyen el

grupo más débil de la cadena, que suele cargar sobre sus espaldas con las desventajas que enfrenta la actividad (Rofman *et al.*, 2012).

La desgravación impositiva para promover la implantación de nuevos viñedos de finales de los años sesenta va a potenciar el crecimiento de la superficie con vid de altos rendimientos y de baja calidad enológica y desembocar en la crisis terminal del modelo productivista (Mateu, 2007).

El resultado de la incoherencia de las políticas públicas y las falencias de las estrategias empresariales fue una expansión descontrolada del viñedo regional que se detuvo hacia 1978, con graves consecuencias; y, desde mediados de la década de los ochenta comenzó una retracción sostenida de las superficies vitícolas de la región por diversas situaciones, entre las que sobresalía el descenso del consumo de vino por habitante (86 litros en 1968; 60 en 1986) (Richard-Jorba, 2007: 97).

La superficie con vid y la producción de vinos experimentan en los años ochenta un abrupto descenso, luego del punto más alto alcanzado en la existencia de viñedos y en la producción de vinos. La superficie con viñedos de la provincia de Mendoza desciende en esa década más de 85,000 hectáreas: cuenta en 1991 con 145,651 hectáreas de vid. Esta imagen resume el agotamiento del modelo productivista de vitivinicultura que asocia la alta productividad, la baja calidad enológica y el consumo masivo de vinos.

Frente al agotamiento del modelo que acompañó a lo largo de un siglo a la vitivinicultura mendocina, comienza a gestarse en esos años el nuevo modelo productivo a partir de las acciones de un grupo reducido de empresarios pioneros que visualizan en las exportaciones la posibilidad de reconvertir la actividad vitivinícola (Cerdá y Hernández, 2014). El gobierno provincial de José Octavio Bordón, en la segunda parte de los años ochenta, puntualiza la necesidad de avanzar en un proceso de reconversión de la vitivinicultura orientado a los mercados internacionales. La privatización de las Bodegas Giol es iniciada en el marco de estas acciones gubernamentales y, con esto, la Federación de Cooperativas Vitivinícolas Argentina (Fecovita) adquiere las capacidades de fraccionamiento y distribución de la empresa estatal. La firma cooperativa es utilizada en los años que siguen como uno de los canales principales para intentar incorporar a la pequeña producción a la vitivinicultura de calidad. De todas maneras, la reestructuración de la actividad deberá esperar a la década del noventa para que un conjunto de condiciones propicias motorice esos procesos de manera extendida.

LA PRODUCCIÓN, EL CONSUMO Y LA EXPORTACIÓN DE LA VITIVINICULTURA GLOBAL COMO ESCENARIO DE LA REESTRUCTURACIÓN DE LA VITIVINICULTURA MENDOCINA

La producción y el consumo mundial de vino experimentan en las últimas décadas un intenso proceso de reestructuración y globalización que afecta en sentido amplio al mundo del vino. Las formas de producir, las tecnologías utilizadas, las modalidades de organización laboral, las definiciones de los criterios de calidad, el tipo de vino y los gustos imperantes, junto a los patrones de consumo, son redefinidos en el mundo del vino globalizado. La reestructuración de la producción y la evolución de los mercados globales del vino son vitales para el desarrollo de la vitivinicultura del país, dadas la persistente disminución del consumo aparente por habitante y la creciente importancia de las exportaciones en el sector.

La reestructuración de la vitivinicultura global es manifestada en toda su expresión en los territorios productivos de los países incluidos en el “nuevo” mundo del vino; sin embargo, los países del “viejo” mundo del vino debieron responder también a los desafíos de los nuevos escenarios (Medina-Albaladejo y Martínez-Carrion, 2018). Entre los países incluidos en el nuevo mundo existen tanto casos de reconversión de vitiviniculturas existentes (Ewert, 2012a) como casos de expansión de producción previamente inexistentes o desarrolladas de manera escasa (Palerm y Santos, 2018; Sánchez Gómez, 2019). La reestructuración global de la vitivinicultura asociada a vinos considerados de mayor calidad enológica conjuga, entre sus rasgos más destacados y en general, el avance de formas de organización y contratación laboral precarias junto a la expansión de variedades, la incorporación de tecnología y capitales transnacionales (Castillo, 2000; Ewert, 2012b; Ewert y Du Toit, 2005; Caro, 2013; Hemsteede, 2018; Sánchez Gómez, 2019).

Entre los aspectos más destacados del fenómeno está la expansión de las exportaciones de vino, que entre el segundo lustro de la última década del siglo pasado y el segundo lustro de la década pasada incrementa el volumen 40%. La expansión de las exportaciones de vino resalta al considerar que el consumo aumenta menos de 10% en el mismo periodo.**[3]**

La producción mundial se mantiene relativamente estable, pero manifiesta algunas modificaciones en su distribución geográfica. La producción europea disminuye algo menos de 10%, aunque continúa representando 65% de la

producción mundial. La producción en los países vitivinícola del resto de los continentes incrementa sus magnitudes; destaca en este comportamiento la producción del continente americano, que alcanza 20% de la producción mundial. La pérdida de 16,805,400 hectolitros producidos por Europa es compensada por una producción adicional del continente americano de 9,708,000 y de Oceanía de 8,215,000 hectolitros.

La evolución del consumo de vino mundial acompaña la tendencia de la transformación de la producción; así, el consumo disminuye en Europa e incrementa su magnitud en el resto de los continentes. Europa, sin embargo, continúa consumiendo 60% del vino, a pesar de disminuir en el lapso indicado casi diez puntos porcentuales su participación en el consumo mundial. El resto de los continentes, de forma paralela, aumentan su consumo, pero se destacan América y Asia, que compensan la caída europea y dan cuenta de la mayor parte del incremento mundial. Estados Unidos, China y Japón son los principales motores de la expansión del consumo en América y Asia.

De esta manera, los volúmenes de vino producidos y las cantidades consumidas permanecen relativamente estables, pero relocalizan la ubicación en la geografía de la vitivinicultura mundial. El mercado mundial del vino presenta la particularidad de que un mismo país puede ser un actor destacado de manera simultánea tanto de las exportaciones como de las importaciones. Esto es consecuencia de la condición del vino como producto altamente diferenciado.

Las exportaciones de vino reflejan la reubicación geográfica de la vitivinicultura mundial, dado que éstas crecen en todos los continentes (80% de manera agregada), aunque en menor medida en Europa, donde crecen 46%. El continente americano, motorizado por Estados Unidos, Argentina y Chile, duplica las exportaciones en el lapso señalado.

El comportamiento de la demanda efectiva en el mercado mundial es un elemento clave para entender la evolución de la vitivinicultura mendocina, que explica algo más de 90% de las exportaciones argentinas,^[4] dado que la vitivinicultura global marca el horizonte de la reestructuración de la actividad bajo el modelo de la calidad. Así, los principales destinos de las ventas al exterior son Estados Unidos, Reino Unido, Canadá, Brasil y China. En conjunto, estos países abarcan algo más de dos tercios de las exportaciones.

LOS MOMENTOS DE LA REESTRUCTURACIÓN DE LA VITIVINICULTURA MENDOCINA

La reestructuración vitivinícola argentina comprende, entre los componentes principales y de forma similar a las experiencias internacionales indicadas en el apartado anterior, cambios en la organización laboral, los mercados de trabajo, la tecnología utilizada, el tipo de producción, la composición de las inversiones y las estrategias productivas y comerciales de las empresas de la cadena. La llegada de inversiones extranjeras, de diferente envergadura y escala, es motorizada por nuevos actores procedentes de la vitivinicultura global (Neiman, 2003; Neiman y Bocco, 2005; Chazarreta, 2013b). El fenómeno presenta tres momentos o etapas que es posible diferenciar desde sus inicios, a principios de la década de los noventa. El centro de la primera etapa de la reestructuración coincide con el periodo macroeconómico del programa de convertibilidad asociada a una política de desregulación institucional y económica junto a un tipo de cambio fijo que sobrevalora la moneda local. El segundo momento es disparado a finales de 2001 y principios de 2002 por la crisis del modelo económico de la convertibilidad y una fuerte devaluación de la moneda local que potencia el destino externo de los vinos nacionales. La producción de vides y vinos varietales orientados de manera significativa a la exportación es rasgo distintivo de la vitivinicultura reestructurada. El tercer momento, desencadenado a finales de la primera década y los inicios de la segunda de este siglo, constituye una serie de modificaciones que acentúa ciertos rasgos del modelo emergente, a la vez que modifica otros en el marco de una vitivinicultura reestructurada. El avance y la persistencia de un fenómeno inflacionario junto al comportamiento errático del tipo de cambio real es un desafío para las estrategias empresariales orientadas a la exportación

La primera etapa de la reestructuración

A partir de los años noventa, durante la primera etapa, el nuevo modelo productivo se difunde de manera relativamente amplia, luego de los incipientes avances en el segundo lustro de la década de los ochenta (Cerdá y Hernández, 2013), y modifica de forma progresiva el perfil de la vitivinicultura argentina. En el marco de las políticas de ajuste estructural de esa década y de las políticas antiinflacionarias de tipo de cambio fijo, el denominado modelo económico de la convertibilidad favorece la reconversión productiva de la actividad a partir

del desarrollo de una nueva forma de producir asociada a la producción de vinos varietales, el desarrollo del consumo de vinos considerados de calidad y el avance de las exportaciones. La superficie vitivinícola comienza a recuperarse luego de haber sufrido una caída estrepitosa en la década previa.

La reestructuración vitivinícola incluye en esos años la reconversión varietal, que se expresa en la expansión de diferentes variedades de alta calidad enológica, y el inicio de un proceso amplio de cambio tecnológico que involucra entre las principales novedades, además de las nuevas variedades, los sistemas de conducción en espaldero, los equipos de riego presurizado, la incorporación de nuevas tareas de manejo de la vid, los barriles de roble francés y americano, los equipos de frío y los tanques de acero inoxidable en la etapa de elaboración del vino. Estos procesos son acompañados por el ingreso de importantes capitales transnacionales asociados a la vitivinicultura global (Aspiazu y Basualdo, 2002).

La superficie con vid para vinificar a finales de la década es de alrededor de 135,000 hectáreas, evidenciando un sendero de recuperación a lo largo de la misma. La superficie de vides de alta calidad enológica en esos años es de alrededor de un tercio del total de los viñedos provinciales (cuadro 1). La recuperación de la superficie con viñedos que acontece en la provincia es explicada en mayor medida por variedades tintas de alta calidad enológica y en mucha menor proporción por las blancas. Las variedades que dan cuenta del incremento de la superficie son principalmente: malbec, cabernet sauvignon, merlot y chardonney.

Cuadro 1
Superficie con vid en hectáreas por zona según tipo de uva y año, provincia de Mendoza

	Uvas para vinificar				Uvas tintas				Uvas blancas				Uvas rosadas			
Zona	1990	2001	2010	2020	1990	2001	2010	2020	1990	2001	2010	2020	1990	2001	2010	2020
Mendoza	143,968	141,136	158,306	149,059	35,545	58,981	81,926	93,324	33,226	29,491	29,988	22,734	75,196	52,665	46,392	33,002
Zona sur	28,984	21,771	20,134	16,207	5,851	7,316	8,701	9,046	5,128	3,704	2,717	1,979	18,005	10,751	8,716	5,182
Zona este	69,557	68,058	72,095	62,494	12,932	21,934	28,218	29,178	14,718	13,652	14,036	10,713	41,907	32,472	29,842	22,604
Valle de Uco	7,882	13,829	22,420	28,903	4,255	10,330	18,180	25,386	2,919	3,180	3,940	3,328	707	321	300	189
Centro-norte	36,701	37,477	43,157	41,229	11,662	19,402	26,847	29,790	10,462	8,954	8,775	6,412	14,577	9,122	7,535	5,027

Fuente: Elaboración propia con datos del Instituto Nacional de Vitivinicultura, 1990, 2001, 2010 y 2020.

La difusión de la modalidad de espaldero como sistema de conducción acompaña a la implantación de nuevas variedades. La superficie de vid implantada es de alrededor de 23,500 hectáreas a lo largo de la década de los noventa y es un reflejo del proceso de reconversión varietal. La contracara de este proceso es la reducción de la superficie con variedades blancas y rosadas destinadas a vinos considerados comunes.

El avance de las variedades de alta calidad enológica abarca diferentes oasis productivos de la provincia, y de esta manera incluye a departamentos del Valle de Uco, de la zona centro e incluso de la zona este, donde está concentrada la mayor parte de la vitivinicultura productivista (mapa 1).

Así, los años noventa son testigos del inicio del proceso de reconversión varietal, aunque todavía es relevante la importancia de la superficie con vides destinadas a la elaboración de vinos de baja calidad enológica.

Referencia

- Oasis
- Rutas Nacionales
- Municipios
- Límites
 - Internacional
 - Provincial
 - Municipal

Altura (m s.n.m.)

0 - 600	600 - 900	900 - 1200	1200 - 1500	1500 - 1800	1800 - 2100
---------	-----------	------------	-------------	-------------	-------------

Escala

0 10 20 30 40 km

Sistema de Proyección
Pseudo Cyl., Arg. Zonal 2

Definición de los Oásis a partir de imágenes satelitales del año 2002.
Superficie de oásis respecto de la superficie total provincial = 4,8 %.
Modelo Digital de Elevación elaborado a partir de datos de nivel del IGN.
Digitización Sistema de Información Ambiental Territorial (SIAT)

Autor: Ing. Daniel García de León, AMELIA S.R.L.
Ing. Mariana Rojas Tr. Fabre Tróccoli
Código Geomática Correo Electrónico: daniel@amelia.com.ar

Ministerio de TIERRAS, AMBIENTE Y RECURSOS NATURALES
Comando en Jefe de las Fuerzas Armadas

La primera década de la reconversión productiva es traducida entre los años 1988 y 2002 en una caída de 28% de los establecimientos vitivinícolas. Esta caída es más aguda en la zona centro, dado que el avance urbano de la expansión de la ciudad capital, Mendoza, es simultánea a la reconversión vitivinícola. Por su parte, el Valle de Uco es la excepción a este comportamiento, porque en esos años comienza la expansión de los establecimientos (explotaciones agropecuarias, EAPs) y de la superficie dedicada a la producción de vid (cuadro 2).

Cuadro 2
Establecimientos vitícolas y superficie con vid por zona según el año, provincia de Mendoza

		Año 1988		Año 2002		Año 2018	
Total	EAPS	17,294	8.9	12,407	10.8	8,939	14.7
	ha	154,385		133,890		131,184	
Zona sur	EAPS	5,513	5.9	3,586	5.7	2,295	7.0
	ha	32,413.8		20,463		15,166	
Zona este	EAPS	6,453	11.1	5,124	12.3	3,848	14.0
	ha	71,894		63,186		52,957	
Valle de Uco	EAPS	791	11.8	815	17.5	1,021	24.7
	ha	9,332		14,229		25,235	
Zona centro-norte	EAPS	4,537	9.0	2,882	12.5	2,058	18.0
	ha	40,745		36,012		37,825	

Fuente: Elaboración propia con datos de censos nacionales agropecuarios, 1988, 2002 y 2018.

El tamaño medio de las superficies con vid implantada por establecimiento crece entre esas fechas de manera paralela a la caída de los establecimientos y pasa de 8.9 a 10.8 hectáreas. El incremento de las superficies medias de vid por establecimiento es mayor en la zona centro y el Valle de Uco; en la primera avanza de 9 a 12.5 hectáreas y en el segundo de 11.8 a 17.5 hectáreas. La salida de la actividad de pequeños viñedos en la zona centro cumplió un rol importante en el incremento del tamaño de los establecimientos, mientras que en el Valle de Uco el desarrollo de nuevos establecimientos vitícolas de mayor escala motorizan el aumento señalado.

El avance de la producción de vinos de calidad es acompañado por un proceso de cambio en la organización de la producción y el trabajo. La incorporación de tareas de manejo de la vid, como las denominadas operaciones en verde: los raleos y desbrotes, aumentaron la demanda de mano de obra para tareas manuales en los primeros años de la reconversión (Neiman, 2003). Este incremento es superior a la reducción de requerimientos de trabajo ocasionado por la mecanización de tareas como la aplicación de agroquímicos, el riego presurizado o el despampanado mecánico (Neiman, 2018; Pizzolato y Golfarb, 2010). Este proceso de reestructuración empresarial “exitoso” está

asociado a una creciente eventualización y precarización del empleo (Heredia y Poblete, 2013)

La composición de la fuerza de trabajo del agro en la provincia de Mendoza es afectada por estos procesos y la participación de los asalariados crece 13% entre 1991 y 2001. Los asalariados agrícolas en Mendoza para la última fecha son 70% de los ocupados en el sector (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 1991 y 2001).

El ingreso de empresas de capital internacional es un aspecto destacado de los procesos de reestructuración de la vitivinicultura mendocina. Estas empresas, oriundas de antiguos o nuevos países vitivinícolas, poseen por lo general tradición en la actividad y efectivizan las inversiones en la década de los noventa. Las diferentes estrategias de inversión incluyen la compra de bodegas existentes y marcas de vinos reconocidos, *joint-venture*, la incorporación de tecnología y la implementación de nuevos viñedos. También existen inversiones de capital nacional, aunque éstas toman mayor relevancia en la primera década de este siglo. Las estrategias de las empresas que motorizan las nuevas inversiones tienen una vocación exportadora definida, pero también pueden incorporar al mercado interno como destino de su producción y vinos de diferentes gamas de calidad (Neiman y Bocco, 2005; Chazarreta, 2013a).

Entre los actores de la burguesía que motoriza las inversiones de la vitivinicultura reestructurada existen grandes empresas productoras y elaboradoras que procesan uva propia y comprada, empresas medianas focalizadas en la producción de vinos de diferentes gamas de calidad y las denominadas bodegas boutique, unidades de pequeña escala dedicadas a la producción de vinos de calidad media y alta (García, 2022a).

La reconversión del sector bodeguero, que produce esta corriente de inversiones y acompaña el conjunto de cambios señalados, es traducida a lo largo de la década en un menor número de bodegas (-34.5%) y en una reducción de la capacidad instalada (-51.5%).

Igualmente, el peso de la producción de vinos comunes o sin mención varietal todavía es relevante a finales del siglo pasado, como evidencia la estructura de varietales de los viñedos. Las exportaciones, aunque en crecimiento, todavía no constituyen un elemento central de la organización de la actividad, a la vez que la incidencia del mosto es significativa en las exportaciones de esos años.

La reconversión vitivinícola en la primera década del siglo

A principios del siglo actual, Argentina experimenta una crisis económica y social y un cambio de régimen económico de gran envergadura. El abandono del tipo de cambio fijo que rigió la década anterior y una importante devaluación son elementos clave para entender la evolución de la vitivinicultura en esos años.

El crecimiento de la superficie con vid es muy dinámico en la década, aunque está concentrado en determinados espacios geográficos. Los viñedos crecen de manera específica en la zona centro y en el Valle de Uco (Cerdá y Hernández, 2013).

La expansión de la superficie con vid para vinificar registrada por el Instituto Nacional de Vitivinicultura en la primera década de este siglo es de alrededor de 17,200 hectáreas. Este saldo neto es resultado del crecimiento de las uvas tintas (23,000 ha), del chardonnay y del sauvignon blanc (500 ha), que compensan con creces la caída de las uvas dedicadas a vinos comunes o sin mención varietal, como las uvas cereza, criolla grande y moscatel (alrededor de 5,000 ha).

Así, esta expansión de las uvas varietales es liderada de manera mayoritaria por las uvas tintas, en general, y por la uva malbec, en particular (cuadro 3). El incremento de esta variedad es acompañado, en menor medida, por el avance de las superficies con uvas cabernet sauvignon, tempranillo y bonarda.

Cuadro 3
Superficie de uvas malbec en hectáreas por zona según el año, provincia de Mendoza

Zona	1990	2001	2010	2020
Mendoza	9,571	15,097	24,343	38,644
Zona Sur	460	951	1,614	2,431
Zona Este	2,545	3,780	4,490	6,557
Valle de Uco	1,111	3,460	8,246	15,701
Centro-Norte	5,454	6,906	9,993	13,955

Fuente: Elaboración propia con datos del Instituto Nacional de Vitivinicultura, 1990, 2001, 2010 y 2020.

La utilización del sistema de espaldero como modalidad de conducción avanza de la mano de esta reconversión y abarca más de la mitad del área con vid de la provincia. La superficie implantada bajo espaldero supera a siete de cada diez hectáreas en el Valle de Uco y en el departamento de Luján de Cuyo, en la zona centro. En sentido contrario, los parrales como modalidad de conducción son mayoritarios en la zona este, donde el espaldero es minoritario y da cuenta sólo de alrededor de un tercio de los viñedos.

La mano de obra del agro mendocino continúa el sendero de asalarización iniciado en las décadas previas y según las cifras censales alcanza en 2010 a 75% de los ocupados agrícolas.^[5] La condición asalariada de los trabajadores es acompañada por un mayor grado de eventualidad y precariedad ocupacional. Así, la contratación eventual de los/las trabajadores/as a lo largo del año, muchas veces a través de intermediarios de mano de obra, acompaña la inestabilidad, los bajos ingresos y la informalidad, que configuran la precariedad laboral imperante (Neiman, 2018; Quaranta y Fabio, 2011).

La consolidación del proceso de reconversión varietal tiende a presentar mayor relevancia en zonas específicas. Así, el Valle de Uco explica la mitad del crecimiento de los viñedos de la década, seguido en importancia por la zona centro y en menor medida por la zona este. De esta manera, la expansión de varietales en esos años está presente en todas las zonas, aunque en el este de la provincia el avance es menos dinámico.

Las políticas de promoción para la reconversión de los pequeños y medianos viñateros jugaron un papel clave. La creación de la Corporación Vitivinícola Argentina en el marco del Plan Estratégico Vitivinícola 2020 pone en marcha acciones destinadas a este segmento de productores, de modo destacado el Programa de Integración de Pequeños Productores Vitivinícolas (Proviar). Este programa, destinado a viñateros de menos de veinte hectáreas, otorga fondos no reembolsables, a través de aportes del Banco Interamericano de Desarrollo, para la renovación de los viñedos entre sus principales objetivos (García, 2022b).

Sin embargo, la organización económica de la cadena ubica de manera muy desventajosa a los productores de vid frente a los bodegueros y limita la capacidad de este agente económico de retener el valor que se genera a través de su producción.

En esta línea de análisis, podemos evidenciar que los agentes emplazados en la región donde se desarrolla la etapa de producción primaria pierden constantemente participación en el total de renta que se obtiene en el circuito (...). Esta tendencia, más la extranjerización y la concentración, desestimulan que el circuito manifieste un proceso de desarrollo económico más allá del crecimiento experimentado (Ferreya y Vera, 2018: 410).

En general, el proceso de reestructuración vitivinícola del país y, de manera particular, de la provincia es acompañado por el surgimiento de un andamiaje institucional público-privado que favorece en gran medida al sector reestructurado de la vitivinicultura (Chazarreta, 2013b). En los años siguientes, las condiciones generales de la economía serán adversas para el segmento de pequeños productores y neutraliza en gran medida las políticas activas implementadas para favorecer su inclusión en los procesos de reestructuración de la actividad.

La devaluación de la moneda nacional provocó desincentivos para algunas de las empresas de capital extranjero, que experimentaron una pérdida de rentabilidad en dólares de sus operaciones en el país; la consecuencia de esto fue la desinversión de algunos de estos capitales y la compra de estas bodegas y viñedos por capitales de origen nacional de forma mayoritaria. La dinámica de estos procesos conformó una burguesía vitivinícola integrada por capitales extranjeros y nacionales de diferente escala y magnitud, en el marco de un fenómeno general de concentración del valor generado por la actividad (Chazarreta, 2013a; García, 2022a).

El número de las bodegas que operan hacia el final de la década es mayor que el existente a finales del siglo pasado, aunque la capacidad de elaboración de vino es algo menor. Esta relación puede ser reflejo de la diversidad de bodegas presentes y la importancia del segmento de bodegas medianas, o incluso pequeñas dedicadas a la elaboración de vinos varietales de alta calidad enológica, como, por ejemplo, las denominadas bodegas *boutique*. El eslabón de elaboración del vino muestra una mayor diferenciación asociada a la dinámica del modelo de vitivinicultura de calidad.

Estos años son testigos de la expansión exponencial de las exportaciones de vino de nuestro país. La reconversión varietal que continuó su rumbo y la maduración de las inversiones en tecnologías realizadas en la década previa son potenciadas por la devaluación del peso y dan por resultado el extraordinario crecimiento de las ventas de vino al exterior (Cerdá y Hernández, 2013).

Este crecimiento en volúmenes es de 235% a lo largo de la década y alcanza en 2009 alrededor de 2,835,000 hectolitros. La composición de las exportaciones de vino es modificada de forma paralela a la expansión que experimenta. La proporción de vinos varietales aumenta de manera sostenida y al final de la década representan, según el Instituto Nacional de Vitivinicultura, casi dos tercios del total de vinos exportados. El peso de estos vinos en la exportación es más relevante todavía al considerar la proporción del valor generado, ya que explican 85% de las divisas que ingresan al país por este rubro.

En este marco, el volumen del vino exportado representa algo más de 20% del total de vino producido en general para finales de la primera década de este siglo, pero en caso de considerar exclusivamente los vinos varietales las exportaciones dan cuenta de casi la mitad del vino elaborado con estas uvas. Mientras las exportaciones corresponden a vinos varietales, en el mercado interno predominan los vinos sin denominación varietal; más de las tres cuartas parte de los vinos consumidos en este ámbito corresponden a este tipo de vino.

En un escenario en el que continúa el descenso del consumo doméstico (27 litros por habitante en 2009) y en el que predomina el consumo de vinos sin denominación varietal, las exportaciones, a pesar de corresponder a un volumen acotado del total (aproximadamente 20%), son un componente central del negocio vitivinícola. El valor exportado alcanza casi los 631 millones de dólares para la fecha indicada.

El inicio de un proceso inflacionario en Argentina a partir de finales de esta década va a condicionar el negocio del vino, acentuar la concentración que evidencia la actividad y transformarse en un escollo para la producción de los pequeños vitivinicultores, que ven profundizadas las asimetrías que caracterizan a su relación con los otros agentes de la cadena (Rofman *et al.*, 2012). En la década siguiente, las condiciones generales de la economía, de manera principal la inflación y las oscilaciones del tipo de cambio real, como consecuencia de la combinación de la inflación y la devaluación de la moneda nacional, van a favorecer la posición de los agentes más importantes de la cadena, que podrán operar con mayor facilidad en un contexto adverso como el señalado.

La evolución de la vitivinicultura reestructurada a partir de la segunda década de este siglo

La evolución de la superficie con vid para vinificar modifica el comportamiento a partir de esta década. La provincia de Mendoza pierde entre 2010 y 2019 casi veinte mil hectáreas de superficie. Este comportamiento agregado, sin embargo, es resultado de diferentes procesos según las zonas y variedades de uva. La caída de la superficie es explicada de manera mayoritaria por la zona este y en menor medida por la zona norte y la zona sur. Por su parte, la zona centro mantiene su área con vid relativamente estable, en tanto que el Valle de Uco incrementa el espacio con viñedos (Cerdá y Martín, 2021).

La caída de viñedos es explicada en su gran mayoría por las uvas rosadas (cereza y criolla) y las uvas blancas de baja calidad enológica (chemin y pedro ximénez). Por su parte, el comportamiento de las uvas tintas muestra diferencias según la variedad. El patrón observado en las dos décadas previas es alterado y deja de crecer el conjunto de uvas tintas. El malbec es la única variedad que continúa un sendero de crecimiento, pero concentrado en el Valle de Uco, y en el departamento de Luján de Cuyo, en la zona centro.[6]

Las variedades tintas representan casi dos terceras partes de la superficie con vid para vinificar. Esta orientación productiva es acompañada por la consolidación de la importancia de los vinos varietales, que representan en estos años 35% del volumen del vino producido y en términos de valor generado es, desde luego, una proporción muy superior.

Los establecimientos vitícolas descienden 28% entre 2002 y 2018 (años de los últimos censos nacionales agropecuarios confiables), mientras que la superficie con viñedos se mantiene relativamente estable y, de manera consecuente, el tamaño medio de la superficie de vid por unidad productiva de la provincia crece de 10.8 a 14.7 hectáreas (véase el cuadro 2).

Este comportamiento es diferente entre zonas. La zona este, que acentúa la caída de los establecimientos vitivinícolas y de los viñedos, muestra valores acordes al comportamiento promedio de la provincia. Por su parte, en el Valle de Uco la cantidad de establecimientos dedicados a la producción de vid aumenta, a la vez que crecen la superficie con vid y el promedio de viñas por unidad productiva (24.7 hectáreas). En tanto que en la zona centro los establecimientos caen de manera aguda y el área con viñedos crece de manera moderada. Así, en esta zona aumenta el tamaño promedio de la superficie con

vid de forma sensible, influenciada por el comportamiento de Luján de Cuyo, donde ese valor es de 27.2 hectáreas.

La reducción de las vides con uvas comunes y el avance de las superficies con variedades son reflejados en la evolución del sistema de conducción en espaldera, que en la actualidad explica casi 60% de los viñedos. La distribución por zona de la superficie con espaldero refleja la distribución de vides variedades y no variedades. En el Valle de Uco y el departamento de Luján de Cuyo, alrededor de ocho de cada diez hectáreas con vid están implantadas bajo este sistema de conducción.

La presencia de espalderos como sistema de conducción es clave para indicar la posibilidad de mecanizar la cosecha. Precisamente, la adopción de la cosecha mecánica está asociada a la conducción en espaldero por la tecnología disponible y utilizada. El 40% de la uva en el Valle de Uco y 30% en Luján de Cuyo es cosechada de forma mecánica.[7] El avance de la mecanización de la cosecha de uva, seguramente, impacta de manera severa en las estrategias y los modos de vida de las familias de asalariados agrícolas que tienen que reemplazar uno de los principales ingresos a lo largo del año.

Las empresas a través de la década acentúan el perfil exportador de la vitivinicultura. El volumen de las exportaciones crece 44% por encima de la extraordinaria expansión de la década anterior. Las exportaciones se ubican cerca de 30% del total de vinos producidos y explican la mitad de los vinos variedades elaborados. A la vez que la participación de los vinos variedades sobre el total de vinos exportados es de 65% del volumen y de 89% del valor. La importancia de estas cifras es destacada por la suma total del valor de las exportaciones de vino, que es de alrededor de 800 millones de dólares, en un escenario distinguido por la continua caída del consumo aparente en el mercado interno, que se ubica en veinte litros por habitante al año.[8]

El escenario de la vitivinicultura a finales de la década pasada y principios de la actual evidencia un avance de la especialización varietal con eje en la uva malbec, la concentración geográfica de la actividad en el Valle de Uco y en el departamento de Luján de Cuyo, la orientación exportadora de la producción de vinos variedades y la tendencia a la marginalización de las producciones de vides sin denominación varietal.

A MODO DE CONCLUSIÓN: SÍNTESIS Y PANORAMA ACTUAL DE LA VITIVINICULTURA

Como se ha analizado, estos procesos generales implicaron cambios muy profundos en la vitivinicultura argentina, a pesar de las amenazas y los altibajos resultado de diferentes contextos macroeconómicos nacionales. La reestructuración vitivinícola presenta tres momentos que pueden ser diferenciados desde sus inicios.

El nuevo modelo productivo consolida a través de estos años sus principales características sociales, económicas y productivas, y de esta manera define el perfil de los establecimientos, el tipo de producción, la tecnología utilizada y la inserción exportadora. Así, la reestructuración de la producción vitivinícola en las etapas sucesiva consolida y delimita un conjunto de características referidas al tamaño de las fincas y el tipo de empresas, las variedades cultivadas, las zonas de producción, el perfil tecnológico, la composición de las exportaciones, etc. Estos cambios, lejos de ser uniformes, presentan matices, por ejemplo, según el momento, el tipo de productor vitícola, la zona productiva y el perfil de las empresas vitivinícolas.

Durante la primera etapa, las nuevas inversiones cumplen un papel destacado en el proceso de reconversión de la vitivinicultura que está marcado por una nueva orientación dirigida a la producción de vinos varietales. La expansión de estas variedades asociadas a las nuevas tecnologías comienza a recuperar la superficie con vid, luego de la caída estrepitosa sufrida en la década previa. El criterio de calidad es construido a partir de la variedad y la zona productiva.

El nuevo modelo presenta un sesgo hacia mayores escalas productivas por la magnitud de las inversiones requeridas, aunque existe en esos primeros años un espacio para la pequeña y mediana vitivinicultura como proveedora de uva de calidad a las bodegas que elaboran vinos varietales. Asimismo, la mayor escala productiva provoca una acentuación de la asalarización de la fuerza de trabajo, junto a la incorporación de tareas de manejo, como los raleos y desbrotes, que acentúan la utilización de mano de obra temporaria. La tradicional precariedad del trabajo en la actividad está cada vez más marcada por la eventualidad de la contratación laboral.

El segundo momento de la reestructuración vitivinícola se desencadena a partir de la crisis económica del 2001. El salto devaluatorio de la moneda local provoca el incremento del tipo de cambio real y aumenta la competitividad de los vinos argentinos en los mercados de exportación. El nuevo escenario potencia la orientación exportadora de la nueva vitivinicultura. Así, la

expansión de la superficie con vides de alta calidad enológica continúa y comprende un conjunto diversificado de variedades. Los establecimientos vitícolas, al mismo tiempo, continúan el sendero de incremento de la escala productiva y el desplazamiento de las pequeñas explotaciones vitivinícolas es acentuado. El modelo consolida el perfil asociado a las escalas económicas y productivas de mayor tamaño.

A finales de la primera década de este siglo, luego de la crisis económica mundial, comienza a delimitarse un nuevo momento de la reestructuración, que se caracteriza por una serie de rasgos novedosos. Este tercer momento es distinguido por la especialización del crecimiento de la superficie con vid de la variedad malbec (malbecquización) y por la concentración de la expansión de los viñedos en zonas geográficas específicas, los departamentos del Valle de Uco y el departamento de Luján de Cuyo. El avance de la superficie con vid en estos departamentos es acompañado por el retroceso de los viñedos en otros.

La mayor escala económica y productiva de los viñedos se consolida asociada de manera creciente a empresas que integran la producción de vid y la elaboración de vino. El desplazamiento de los pequeños y medianos viticultores es cada vez más acentuado y la articulación que establecen con las bodegas es muy desventajosa para el desarrollo de la actividad.

El mercado de trabajo es afectado, sobre todo, a partir del segundo lustro de la década pasada por la mecanización de la tarea de cosecha. La incorporación de la cosecha mecánica tiene mayor alcance, precisamente, en los departamentos que continúan la expansión vitivinícola, el Valle de Uco y Luján de Cuyo.

La vitivinicultura argentina a lo largo de las últimas décadas modificó el perfil de los establecimientos, profundizó la concentración económica y de la producción, avanzó en la especialización regional y productiva en torno al fenómeno de “malbecquización”. El criterio de calidad predominante asocia variedades consideradas de alta calidad enológica y terruños o áreas geográficas específicas. Así, por un lado, se confirman y acentúan tendencias que el modelo contiene desde su inicio y, por otro, se avanza sobre un sendero de especialización productiva y mecanización que marginaliza territorios y sujetos sociales de la actividad.

BIBLIOGRAFÍA

- Aspiazu, Daniel, y Eduardo Basualdo (2002). “Las modificaciones técnicas y de propiedad en el complejo vitivinícolas argentino durante los años noventa”. *Revista Interdisciplinaria de Estudios Agrarios* (17): 5-36.
- Balán, Jorge, y Nancy López (1977). “Burguesías y gobiernos provinciales en la Argentina. La política impositiva de Tucumán y Mendoza entre 1873 y 1914”. *Desarrollo Económico* 17 (67): 391-435.
- Brignardello, María (2016). “¿Cómo entender la organización de la producción en el agro actual? Vinculación agroindustrial y producción de calidad en la vitivinicultura mendocina en las primeras décadas del siglo xxi”. *Mundo Agrario* 18 (37) [en línea]. Disponible en <<https://www.mundoagrario.unlp.edu.ar/article/view/MAe042/8023>> (consulta: 27 de octubre de 2023).
- Caro, Pamela (2013). “Transformaciones productivas e inserciones laborales de trabajadores/as del vino, en valles de Chile y Argentina”. *Revista Latina de Sociología* (3): 54-74.
- Castillo, Alejandro (2020). “La organización del control en la agroindustria chilena: el caso de los viñedos”. En *Estudios del trabajo desde el sur. Repensando el Sur desde el estallido*, compilado por Álvaro Galliorio Jorquera y Dasten Julián Vejar, 159-188. Santiago de Chile: Ariadna Ediciones.
- Cerdá, Juan Manuel (2011). *Condiciones de vida y vitivinicultura. Mendoza, 1870-1950*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes.
- Cerdá, Juan Manuel (2021). “El cooperativismo vitivinícola en la Argentina”. En *El cooperativismo agropecuario argentino entre el Estado y el mercado. Actores y procesos en perspectiva histórica*, compilado por Rocío Poggetti y Gabriel Carini, 59-87. Río Cuarto: UniRío Editora/Ediciones Idelcop.
- Cerdá, Juan Manuel, y Facundo Martín (2021). “Domesticación del paisaje vitivinícola en el Valle de Uco, Mendoza”. En *Historia ambiental Argentina-Brasil. Paisaje y patrimonio: impresiones de la historia en el ambiente natural*, compilado por Ana Marcela França y Marina Miraglia, 57-82. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Teseo.
- Cerdá, Juan Manuel, y Ricardo Hernández (2013). “El nuevo perfil de los productores vitícolas mendocinos. Heterogeneidades de un proceso de modernización”. En *Sujetos sociales del agro argentino. Configuraciones*

- históricas y procesos de cambio*, coordinado por José Muzlera y Alejandra Salomón, 249-270. Rosario: Prohistoria Ediciones.
- Cerdá, Juan Manuel, y Ricardo Hernández (2014). “Las exportaciones de vino argentinas: una historia basada en episodios”. *Revista de Economía Agrícola* 61 (2): 35-52.
- Chazarreta, Adriana (2013a). “Capital extranjero y agroindustria. Notas para una discusión sobre los cambios en la burguesía vitivinícola de Argentina a partir de la década del ‘90”. *Mundo Agrario* 13 (26) [en línea]. Disponible en <https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.5692/pr.5692.pdf> (consulta: 3 de noviembre de 2023).
- Chazarreta, Adriana (2013b). “La organización de la burguesía y su relación con el Estado: el caso de la burguesía vitivinícola a partir de la década de los 90”. En *El agro como negocio. Producción, sociedad y territorios en la globalización*, coordinado por Carla Grass y Valeria Hernández, 237-261. Buenos Aires: Editorial Biblos.
- Ewert, Joachim (2012a). “Is ‘embeddedness’ always good for economic development? The case of the South African wine industry”. *Ager. Revista de Estudios de Despoblación y Desarrollo Rural* (13): 107-123.
- Ewert, Joachim (2012b). “A force for good? Markets, cellars and labour in the South African wine industry after apartheid”. *Review of African Political Economy* 39 (132): 225-242.
- Ewert, Joachim, y Andries du Toit (2005). “A deepening divide in the countryside: restructing and rural livelihoods in the South African wine industry”. *Journal of Southern African Studies* 31 (2): 315-332.
- Fabre, Paula (2005). *La privatización de Bodegas y Viñedos Giol. Una experiencia exitosa*. Buenos Aires: Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
- Ferreira, Martín, y Jorge Andrés Vera (2018). “La evolución de la industria del vino en la provincia de Mendoza, en tiempos de post-convertibilidad (2003-2014)”. En *Expansión de la frontera productiva. Siglos XIX-XXI*, editado por Guillermo Banzato, Graciela Blanco y Joaquín Perrén, 391-414. Buenos Aires: Prometeo Libros.
- García, Marcos (2022a). “Reconfiguración de la burguesía vitivinícola en Mendoza. Divisiones al interior del capital en la industria del vino post-reconversión”. *REVIASE. Revista de Ciencias Sociales y Humanas* (20): 29-44.

- García, Marcos (2022b). “El Estado en el complejo vitivinícola. *Políticas públicas y economía en la vitivinicultura mendocina (2002-2015)*”. *Millcayac* 9 (16): 212-231.
- Hemsteede, Roeland (2018). “Reflexiones sobre el empoderamiento: las perspectivas de los trabajadores agrícolas de Sudáfrica”. En *Transformaciones productivas, inmigración y cambios sociales en zonas vitivinícolas globalizadas*, coordinado por Martha Judith Sánchez Gómez, Francisco Torres Pérez e Inmaculada Serra Yoldi, 277-307. Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México-Instituto de Investigaciones Sociales/El Colegio de la Frontera Norte.
- Heredia, Mariana, y Lorena Poblete (2013). “La estratificación socio-laboral en un caso de globalización exitosa: la vitivinicultura mendocina (1995-2011)”. *Mundo Agrario* 14 (27) [en línea]. Disponible en <https://www.mundoagrario.unlp.edu.ar/article/view/MAv14n27a06/pdf_4> (consulta: 18 de octubre de 2023).
- Hernández, Juan (2014). “El Instituto Nacional de Vitivinicultura: el regulador creado, intervenido y reformado”. *POSTData* 19 (1): 71-103.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (Indec) (1988). Censo Nacional Agropecuario. Buenos Aires: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (Indec) (1991). Censo Nacional de Población, Hogares y Vivienda 1991. Buenos Aires: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (Indec) (2001). Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2001. Buenos Aires: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (Indec) (2002). Censo Nacional Agropecuario. Buenos Aires: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (Indec) (2010). Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010. Buenos Aires: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (Indec) (2018). Censo Nacional Agropecuario. Buenos Aires: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
- Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV). Anuarios de cosecha y elaboración, años varios.

- Manzanal, Mabel, y Alejandro Rofman (1989). *Las economías regionales de la Argentina. Crisis y políticas de desarrollo*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- Mateu, Ana (2007). “El modelo centenario de la vitivinicultura mendocina: génesis, desarrollo y crisis (1870-198)”. En *Innovación y empleo en tramas productivas de Argentina*, compilado por Marcelo Delfini, Daniela Dubbini, Manuel Lugones e Ivana Nancy Rivero, 19-42. Buenos Aires: Prometeo Libros.
- Medina-Albadalejo, Francisco J., y José Miguel Martínez-Carrión (2018). “El sector vitivinícola español en el contexto de la globalización del vino desde 1960”. En *Reestructuración vitivinícola, mercados de trabajo y trabajadores inmigrantes*, coordinado por Martha Judith Sánchez Gómez, Francisco Torres Pérez, Inmaculada Serra Yoldi y María Elena Gadea Montesinos, 89-122. Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México-Instituto de Investigaciones Sociales/El Colegio de la Frontera Norte.
- Neiman, Guillermo (2003). “La calidad como articulador de un nuevo espacio productivo y de organización del trabajo en la vitivinicultura mendocina”. En *El campo en sociología actual. Una perspectiva latinoamericana*, compilado por Mónica Bendini, Josefa Salete Barbosa Cavalcanti, Miguel Murmis y Pedro Tsakoumagkos, 291-314. Buenos Aires: La Colmena.
- Neiman, Guillermo (2018). “Reestructuración productiva y trabajo en la nueva vitivinicultura de la provincia de Mendoza, Argentina”. En *Transformaciones productivas, inmigración y cambios sociales en zonas vitivinícolas globalizadas*, coordinado por Martha Judith Sánchez Gómez, Francisco Torres Pérez e Inmaculada Serra Yoldi, 43-66. Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México-Instituto de Investigaciones Sociales/El Colegio de la Frontera Norte.
- Neiman, Guillermo, y Adriana Bocco (2005). “Estrategias empresarias y transnacionalización de la vitivinicultura en la Argentina”. En *Acerca de la globalización en la agricultura. Territorios, empresas y desarrollo local en América Latina*, compilado por Josefa Salete Barbosa Cavalcanti y Guillermo Neiman, 205-227. Buenos Aires: Centro de Integración, Comunicación Cultura y Sociedad.
- Neiman, Guillermo, Tomas Lindemann y Liliana Troilo (2009). *Desarrollo rural y cooperativismo. Desafíos, oportunidades y estrategias*. Roma: Organización

de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura/Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.

Palerm, Juan, y Hugo Santos (2018). “Por los pueblos y las cañadas del vino: Santa Bárbara, California”. En *Transformaciones productivas, inmigración y cambios sociales en zonas vitivinícolas globalizadas*, coordinado por Martha Judith Sánchez Gómez, Francisco Torres Pérez e Inmaculada Serra Yoldi, 215-244. Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México-Instituto de Investigaciones Sociales/El Colegio de la Frontera Norte.

Pizzolato, Daniel, y Lucía Goldfarb (2010). “La demanda de mano de obra en uva para la elaboración de vinos finos, provincia de Mendoza”. En *Estudio sobre la demanda de trabajo en el agro argentino*, dirigido por Guillermo Neiman, 271-284. Buenos Aires: Centro de Integración, Comunicación Cultura y Sociedad.

Quaranta, Germán, y Francisco Fabio (2011). “Intermediación laboral y mercados de trabajo en agriculturas reestructuradas: el caso del Valle de Uco, Mendoza, Argentina”. *Región y Sociedad* (51): 193-225.

Richard-Jorba, Rodolfo (2003). “El mercado de trabajo vitivinícola en la provincia de Mendoza y los nuevos actores. El ‘contratista de viña’: aproximaciones a un complejo sistema de empresarios y trabajadores, 1880-1910”. *Revista Interdisciplinaria de Estudios Agrarios* (18): 5-37.

Richard-Jorba, Rodolfo (2007). “Crisis y transformaciones recientes en la región vitivinícola argentina. Mendoza y San Juan, 1970-2005”. *Estudios Sociales* 16 (31): 83-123.

Richard-Jorba, Rodolfo (2010). *Empresarios ricos, trabajadores pobres. Vitivinicultura y desarrollo capitalista en Mendoza*. Rosario: Prohistoria Ediciones.

Richard-Jorba, Rodolfo, Eduardo Pérez Romagnoli, Patricia Barrio e Inés Sanjurjo (2006). *La región vitivinícola argentina. Transformaciones del territorio, la economía y la sociedad 1870-1914*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.

Rofman, Alejandro, Patricia Collado, Inés García, Natalia Millán, Osvaldo Preiss y Cecilia Torres (2012). *Las economías regionales. Luces y sombras de un ciclo de grandes transformaciones, 1995-2007*. Buenos Aires: Centro Cultural de la Cooperación Floreal Gorini/Universidad Nacional de Quilmes.

Salvatore, Ricardo (1986). “Control del trabajo y discriminación: El sistema de contratistas en Mendoza, Argentina, 1880-1920”. *Desarrollo Económico* 26 (102): 229-253.

Sánchez Gómez, Martha Judith (2019). “Las transformaciones en la vitivinicultura en el condado de Napa, California, y su impacto en el mercado de trabajo agrícola”. En *Reestructuración vitivinícola, mercados de trabajo y trabajadores inmigrantes*, coordinado por Martha Judith Sánchez Gómez, Francisco Torres Pérez, Inmaculada Serra Yoldi y María Elena Gadea Montesinos, 209-247. Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México-Instituto de Investigaciones Sociales/El Colegio de la Frontera Norte.

[Notas]

- [1] Este tipo de acuerdos de producción tradicional entrega al elaborador del vino una parte de la producción en forma de pago por su trabajo.
- [2] En la década siguiente, el estado provincial toma por completo el control del paquete accionario de la empresa.
- [3] Información procesada a partir de las estadísticas de la Organización Internacional de la Viña y el Vino.
- [4] Datos del Instituto Nacional de Vitivinicultura.
- [5] Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Censo Nacional de Población Hogares y Viviendas 2010.
- [6] Datos del Instituto Nacional de Vitivinicultura.
- [7] Datos del Instituto Nacional de Vitivinicultura.
- [8] Datos del Instituto Nacional de Vitivinicultura.

Vitivinicultura de calidad y trabajo: transformaciones recientes en el Valle de Uco, en Mendoza, Argentina

María Noelia Salatino

Fernanda Sánchez Vives

María Brignardello

[\[Regresar al contenido \]](#)

INTRODUCCIÓN

Desde finales del siglo XX, una importante parte de la sociología rural y agraria se dedicó a estudiar las reconfiguraciones en la forma de producir, elaborar, distribuir y consumir alimentos en distintos espacios locales. En esta línea, existen numerosos estudios que analizan las transformaciones sociales y económicas impulsadas por la (ya no tan) nueva vitivinicultura de calidad en la provincia de Mendoza, que comienza a principios de la década de los noventa (Neiman, 2003; Collado y Rofman, 2005; Richard-Jorba, 2006; Mateu y Stein, 2008; Quaranta y Brignardello, 2019). Desde ese momento, la vitivinicultura argentina experimentó importantes transformaciones, asociadas a tendencias globales de reestructuración en la agricultura, donde se destacan el recambio varietal, la creciente orientación hacia el mercado externo y la incorporación de tecnología en las distintas fases de cultivo de la uva y la elaboración vínica. De esta forma, Argentina se incorpora a la producción mundial de vinos como un país del “nuevo mundo”, mientras que la región del Valle de Uco, en la provincia de Mendoza, toma protagonismo como espacio de producción de vinos de la más alta calidad enológica. Las labores y los insumos asociados a la calidad cambiaron los modos de producir uvas y elaborar vinos empleados hasta el momento, afectando el entramado vitícola de la zona. En el desarrollo de este capítulo se presenta una caracterización de la vitivinicultura del Valle de Uco, reconstruyendo las transformaciones de los últimos años y sintetizando sus efectos sobre el mercado de trabajo agrícola. Además, se analiza el concepto de calidad subyacente a estas transformaciones y cómo se ha modificado a lo largo

de las últimas décadas. La primera parte incluye esta introducción y una breve descripción de la metodología de investigación utilizada. La segunda presenta una revisión bibliográfica, analizando principalmente los cambios en la producción de uva en el Valle de Uco y los principales fenómenos que marcaron el giro vitivinícola hacia la calidad. La tercera se centra en las transformaciones recientes y describe algunas dimensiones relacionadas con el mercado de trabajo agrícola de la vitivinicultura a partir de las encuestas aplicadas a viticultores y vitivinicultores. Por último, se presentan las consideraciones finales del capítulo.

Metodología

Para esta indagación, se combinaron técnicas cuantitativas y cualitativas de investigación social. Por un lado, se presenta un análisis estadístico descriptivo de los resultados obtenidos a través de una encuesta aplicada a establecimientos que producen vid en el Valle de Uco durante los años 2021 y 2022. Por otro lado, con la finalidad de profundizar en algunas temáticas abordadas en las encuestas se hicieron entrevistas a diferentes actores del entramado vitivinícola local. Además, se utilizaron datos secundarios de las estadísticas oficiales en Argentina, como los provenientes de registros administrativos del Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV) y los censos nacionales agropecuarios.

La encuesta realizada forma parte de una investigación denominada “Los impactos del Covid-19 en las zonas vitivinícolas de Argentina, México, Estados Unidos, Canadá y España”, en el marco del proyecto “Calidad y desigualdad en la vitivinicultura global”, de la Red Globalización del Vino. Transformaciones e Impactos Productivos, Territoriales y Sociales (2021-2022). En Argentina, el relevamiento se realizó en la provincia de Mendoza; en total, se aplicó a 135 establecimientos, de los cuales 51 se localizan en el Valle de Uco —Tunuyán, Tupungato y San Carlos—, 47 en la zona este —Rivadavia, Santa Rosa, San Martín y Junín— y 37 en la zona centro —Maipú y Luján de Cuyo—. Para este capítulo se utiliza solamente la información relevada en el Valle de Uco. Finalmente, fueron encuestadas 51 empresas de las 1,006 explotaciones agropecuarias con vid registradas en el último censo en el Valle de Uco (Censo Nacional Agropecuario, 2018). Esto representa aproximadamente 5% de las explotaciones agropecuarias (EAPs) del universo de estudio. Para lograr un alcance descriptivo adecuado de cada segmento dentro del universo, se

establecieron cuotas considerando la distribución de las explotaciones según el tipo de empresa (vitícola o vitivinícola), la escala de producción y localización. Los criterios utilizados tuvieron en cuenta la información disponible del Censo Nacional Agropecuario 2018 y los informes anuales del Instituto Nacional de Vitivinicultura.

En un primer momento, el relevamiento fue realizado a partir de un formulario en línea, diseñado para ser autoadministrado por los referentes de los establecimientos (propietarios o administradores). No obstante, debido al bajo nivel de respuesta, se optó por una segunda etapa de trabajo de campo, donde un encuestador se comunicó vía telefónica o en persona con dichos referentes para realizar la encuesta. La elección de los establecimientos encuestados se hizo respetando los criterios de heterogeneidad según escalas de las unidades productivas y tipo de establecimiento para incluir tanto a empresas vitícolas (productores primarios) y empresas vitivinícolas (bodegas con viñedos de su propiedad).

En el Valle de Uco se hicieron 51 entrevistas: 35 en unidades vitícolas y 16 en empresas vitivinícolas. De los 49 casos que respondieron sobre la escala de producción, 12 son pequeños establecimientos (hasta diez hectáreas), 15 están en la categoría de entre 11 y 25 hectáreas; ocho tienen entre 26 y 50 hectáreas y 14 tienen más de 51 hectáreas. Estos establecimientos se dedican a la producción de uvas de varietal y se ubican en los diferentes departamentos de la región: San Carlos, Tunuyán y Tupungato.

En el caso de las entrevistas, la búsqueda de las personas fue intencional, mediante una selección estratégica de casos. Este muestreo no buscaba representatividad en términos estadísticos y se orientó por los intereses temáticos y conceptuales (Stake, 1994) y por los emergentes del proceso de investigación. En total, fueron entrevistadas cinco personas: un intermediario con amplia experiencia en servicios agrícolas; un intermediario cuadrillero; un técnico especializado en análisis enológico, y dos ingenieros agrónomos, uno centrado en mecanización y agricultura de precisión y otro encargado de la gestión y manejo de viñedos. Estas conversaciones proporcionaron una perspectiva enriquecedora sobre los cambios en el trabajo y la producción de la vitivinicultura de calidad en la región.

VITIVINICULTURA DE CALIDAD EN EL VALLE DE UCO

La provincia de Mendoza se constituyó a lo largo de su historia como la principal región vitivinícola de Argentina. Desde finales de los años ochenta y con mayor fuerza a principios de los noventa, esta vitivinicultura comienza un importante proceso de reestructuración productiva.[1] La llamada reconversión vitivinícola propugnó la producción de uvas varietales —principalmente malbec, incluyendo además cabernet sauvignon, pinot noir, merlot, chardonnay y sauvignon blanc, entre otras— para la elaboración de vinos de alta calidad enológica destinados a la exportación. Esta reestructuración puso en marcha un nuevo modelo productivo, reconocido en Argentina como el “modelo de la calidad vitivinícola”. [2] Las características de este proceso se analizan a profundidad en el capítulo “Los momentos de la reestructuración vitivinícola argentina: de la crisis terminal del modelo productivista a la actualidad” del presente libro, por lo que remitimos a los lectores a ese capítulo para conocerlo a detalle.

Este capítulo está enfocado en el Valle de Uco, ubicado en la zona centro de la provincia, región que incluye los departamentos de San Carlos, Tunuyán y Tupungato. La zona se ubica al sudoeste de la ciudad de Mendoza, entre los paralelos 33° y 34° de latitud sur. Es un valle cuya altitud varía desde los novecientos metros sobre el nivel del mar en la ciudad de Tunuyán hasta los mil doscientos cincuenta metros sobre el nivel del mar en Tupungato. Los inviernos son rigurosos y los veranos cálidos con días templados o cálidos y noches muy frías. La amplitud térmica diaria es de unos 15°C, lo que favorece una muy buena producción de color y tanino en las uvas y permite disponer de materia prima adecuada para obtener vinos destinados a una crianza prolongada (Instituto Nacional de Vitivinicultura, 2022a).

Desde el cambio de siglo y hasta la actualidad, esta región se consolidó a nivel mundial como un lugar óptimo para la producción de vinos varietales (*vins de cépage*). Estas transformaciones coinciden con un mercado internacional en mutación (Heredia, 2015) y forman parte de tendencias globales, entre las que se incluyen el avance de la frontera vitivinícola por la búsqueda de nuevas zonas productoras; la reconversión de plantaciones tradicionales; los cambios cuantitativos y cualitativos en el consumo y los sostenidos incrementos de las transacciones mundiales (Neiman, 2017). Esta tendencia mundial es reconocida como la vitivinicultura del “nuevo mundo”, que se difunde por fuera del continente europeo —vinos del viejo mundo— en

países como Estados Unidos, Australia, Nueva Zelanda, Sudáfrica, Chile, Argentina y en menor medida México y Uruguay.

Para los especialistas, el Valle de Uco condensa todos los rasgos de la vitivinicultura del nuevo mundo en Argentina: el *boom* vitivinícola, la modernización y las innovaciones tecnológicas. A esto se le suman las importantes inversiones realizadas en torno al turismo enológico-rural. Estos emprendimientos principalmente van de la mano de las grandes bodegas —que buscan posicionar, principalmente, sus vinos, e incluyen desarrollos de restaurantes y alojamientos de lujo destinados al turismo internacional— y de medianas o pequeñas bodegas de tipo “boutique” (Altschuler, 2016).

¿Quiénes producen vino de calidad en el Valle de Uco?

Hacia finales de la década de los ochenta, en el Valle de Uco había 9,331 hectáreas implantadas con vid —6% de las 124,384.8 hectáreas totales de Mendoza— (Censo Nacional Agropecuario, 1988). Según el último censo agropecuario (Censo Nacional Agropecuario, 2018), la superficie implantada con vid en el Valle de Uco alcanza las 25,235 hectáreas y representa 19% del total de la superficie de vid en Mendoza —131,183.6 hectáreas—. En los 16 años que separan el Censo Nacional Agropecuario 2002 y el de 2018, la superficie total del Valle de Uco con vid creció en 77% y la cantidad de establecimientos (explotaciones agropecuarias) en 52%. A la par, se duplica el tamaño medio de los viñedos, que pasa de 11.8 hectáreas en 1988 a 24.72 hectáreas en 2018 (Censo Nacional Agropecuario, 2002; Censo Nacional Agropecuario, 2018). El dinamismo que adquiere la vitivinicultura en la zona se encuentra asociado a grandes y medianos establecimientos. Mientras que en el Valle de Uco crece la superficie y la cantidad de explotaciones vitícolas, en el resto de la provincia de Mendoza disminuyen.

A partir del cambio de siglo se radican la mayoría de los viñedos de uvas varietales en zonas del piedemonte de la cordillera de los Andes; 74% de la superficie de vid en el Valle de Uco no supera los veinte años de antigüedad. La producción de la zona es principalmente de malbec (55%) y el resto son otros varietales, como cabernet sauvignon, chardonnay y merlot, entre otros. En el Valle de Uco se produce 40% del malbec mendocino y 34% de la producción nacional de este varietal (Instituto Nacional de Vitivinicultura, 2022a).

En relación con las bodegas, en el Valle de Uco hay inscritas 101, de las cuales 84 elaboraron durante 2021 (representando 16% de establecimientos

elaboradores de Mendoza). Es una de las zonas del país, junto con el noroeste argentino —Salta, Tucumán y Jujuy— donde más aumentó la cantidad de bodegas desde 2010, ya que las bodegas elaboradoras pasaron de 62 establecimientos en 2010 a 84 en 2020 (Instituto Nacional de Vitivinicultura, 2021).

Desde la reestructuración productiva, las inversiones de origen extranjero tuvieron un rol protagónico en este proceso, como también algunas de las firmas más tradicionales de capital nacional que se instalaron en la zona, en la búsqueda de mejorar su inserción en el mercado de exportación. En ambos casos, se trata de megaemprendimientos que conforman un grupo de empresas integradas verticalmente que lideran esas transformaciones. De esta forma, se produce una tendencia a la concentración de la superficie y la producción.

La disposición de capital les permitió ampliar la cantidad de tierras aptas para producción vitícola, en un contexto de aridez y escasez del agua, debido a la incorporación de tecnologías de riego y pozos subterráneos, que representaron una de las inversiones indispensables de estas firmas. A esto se le sumó el empleo de mallas antigranizo y la introducción de cepas mejoradas, entre otras cuestiones. Estos emprendimientos instalaron también grandes establecimientos elaboradores: la construcción de bodegas se destaca también por sus innovaciones y tecnologías, tanto desde lo productivo como del punto de vista arquitectónico. Estas construcciones se ubican en lugares apartados de los centros urbanos, por lo que se llevaron a cabo importantes inversiones para el desarrollo de caminos y servicios.

Con base en informes recientes del Instituto Nacional de Vitivinicultura (2022a), en el 2021 en el Valle de Uco hubo una producción de 2,970,808 quintales de uva (19% del total provincial), que se destinaron en su mayoría a la elaboración de vinos; en total, se alcanzaron los 853,113 hectolitros (9% del total provincial). Para ese año, se comercializaron 584,177 hectolitros de vinos, 38% de los cuales se destinó al mercado interno y 62% se exportó. El Valle de Uco es la cuarta zona del país en comercialización total de vinos (6% del total); no obstante, su participación por ingreso de divisas por exportaciones de productos vitivinícola es muy importante, representando 19% del total (154,757,000 dólares). Estos datos reflejan con claridad el perfil exportador de la zona, pero en los últimos años se observa una tendencia al aumento de la participación del mercado interno en la comercialización de vinos del Valle de Uco.

Perspectivas sobre la calidad

La reestructuración productiva y la inscripción del Valle de Uco como uno de los sitios privilegiados para la vitivinicultura del nuevo mundo transformó las maneras de producir uvas y elaborar vinos en esa región. Esto supuso la incorporación de pautas y prácticas vinculadas a una noción de *calidad* que se convirtió en el eje articulador de este nuevo modelo. Esta calidad se define por criterios exigentes y heterogéneos que “son resultado de complejos procesos sociales y de estrategias de actores en contextos estructurales específicos” (Quaranta y Brignardello, 2019: 251).

En una primera etapa, la calidad estaba principalmente asociada al criterio varietal; por este motivo, el recambio varietal y la implantación de nuevas variedades fue una de sus características principales. A la par, se promovieron acciones destinadas a lograr un estricto control de todo el proceso de producción, se reformularon prácticas agronómicas tradicionales y se incorporaron nuevas labores en los viñedos; en las bodegas se redefinieron las pautas enológicas con vistas al mercado externo, con un importante énfasis en el equipamiento y las tecnologías aplicadas. La noción de calidad media y articula las relaciones que se dan entre los diferentes actores del sector, y son las bodegas las que traducen los criterios abstractos y heterogéneos de calidad en formas de organizar la producción y tareas concretas (Quaranta y Brignardello, 2019).

En la actualidad, este modelo de la calidad en la vitivinicultura del Valle de Uco impregna totalmente la cadena productiva y se encuentra generalizado entre todos los sujetos intervinientes: trabajadores, productores, bodegueros y consumidores. Hoy en día, más de 90% de los viñedos del Valle de Uco responde a un varietal: la calidad asociada a distinción varietal —sobre todo malbec— es común a la mayoría de los viñedos y vinos de la zona. De forma similar al varietal, las cuestiones referidas al manejo enológico y agronómico integrado ya son predominantes entre los productores de uvas de la zona.

En años recientes emergen procesos y estrategias diferenciales que renuevan y reconfiguran las pautas y criterios de calidad. Una de estas estrategias se vincula con la revitalización del campo de las denominaciones de origen (DO) y las indicaciones geográficas (IG). En Mendoza, la Ley N°25.16/19 (decreto reglamentario n°57/2004) establece un sistema para el reconocimiento, la protección y el registro de los nombres geográficos

argentinos y para designar el origen de los vinos y las bebidas espirituosas de naturaleza vínica, entre otras cuestiones. Entre otras indicaciones geográficas, en 2002 se establecieron la IG Cuyo, IG Mendoza, IG Valle de Uco, IG Tupungato, IG San Carlos e IG Tunuyán.

Hacia 2012, se observó un creciente interés por establecer nuevas indicaciones geográficas en esta zona, que se circunscriben en áreas geográficas distintas a los límites políticos de los municipios o regiones y posibilitan diferenciar los vinos según la porción de territorio donde fueron producidas las uvas. Estas IG, controladas por el Instituto Nacional de Vitivinicultura, hacen referencia a una región delimitada que posee características de suelo y clima diferenciales, produciendo vinos típicos y con características asociadas a ese lugar, distinguibles de otras zonas. En este sentido, la calidad del producto se encuentra directamente asociada a su origen geográfico. Concretamente, en orden cronológico, surge en 2012 la IG Vista Flores, en Tunuyán; en 2013 el Paraje Altamira, en San Carlos; en 2014 La Consulta, en San Carlos; en 2017 Pampa el Cepillo, en San Carlos; también en 2017 surge la IG Los Chacayes, en Tunuyán; en 2019 surge la IG San Pablo, en Tunuyán (Instituto Nacional de Vitivinicultura, 2022b).

Las disputas por establecer estas indicaciones geográficas están relacionadas también con cambios en los requerimientos del mercado del vino globalizado. A nivel mundial, en el eslabón de la comercialización creció el uso de distintas denominaciones como diferenciadoras de alimentos premium e indicadores de calidad, asociando el origen, las características e incluso la misma reputación de un alimento a un origen geográfico, bajo distintas etiquetas. Surgido inicialmente en Francia (*Appellation d'Origine Contrôlée*, AOC), su uso asocia alguna comida o bebida a un territorio determinado y esta conexión se articula y legitima a través de la noción de *terroir*, que es un producto a la vez del ambiente y la cultura (Barham, 2003; Trubek y Bowen, 2008).

En el mundo del vino, las IG habilitan el acceso privilegiado al uso de descriptores específicos a determinadas regiones, estableciendo relaciones entre una identidad regional y prácticas vitivinícolas y enológicas concretas (Raftery, 2017). La institucionalización de denominaciones del tipo IG refiere al establecimiento de reglas sociales que estructuran interacciones sociales en la práctica (Marie-Vivien y Biémabe, 2017), por lo cual resulta relevante

incorporarlas al análisis, ya que repercuten sobre las prácticas enológicas, laborales y de organización del trabajo en los espacios locales de producción de uvas y vinos. En este sentido, el contenido de estas denominaciones y las formas que adquieran nos remiten a aquellos elementos valorados de forma dominante en un sector: qué bienes pueden incorporarse a estos intercambios, cómo deben producirse y cómo deben intercambiarse.

Además, otra de las estrategias que reconfiguran las pautas de calidad se relaciona con la incorporación de criterios asociados a la sustentabilidad en los agroecosistemas y la propuesta de formas alternativas de producción más amigables con el medio ambiente —producción orgánica, agroecológica, biodinámica, entre otras—. Al igual que las IG, estas prácticas asociadas a la sustentabilidad —en sus múltiples manifestaciones— permiten diferenciar vinos en el mercado global, donde un segmento de consumidores busca este tipo de bienes. Sin agotar esta temática, resulta interesante identificarla como una de las estrategias presentes en el territorio.

En este marco, interesa conocer a detalle cómo se producen la uva y el vino en esta zona, en un periodo donde varios procesos asociados a la calidad ya se encuentran consolidados, otros entraron en desuso y algunos se incorporan al interior de este giro de calidad iniciado hace más de tres décadas.

¿CÓMO SE PRODUCEN VINOS DE CALIDAD HOY EN EL VALLE DE UCO?

En este apartado se presenta una síntesis de la encuesta realizada a los establecimientos que producen uvas en el Valle de Uco. La presentación de los resultados considera las características generales de los establecimientos que producen vid, la forma en que se produce la uva de calidad en el Valle de Uco actualmente y la organización del trabajo agrícola ante las redefiniciones de la calidad vitivinícola. Además, como se mencionó, para profundizar y complementar las temáticas que se abordaron en la encuesta se utilizan fuentes secundarias de información y entrevistas semiestructuradas.

Características principales de los establecimientos relevados

Como se señaló en la introducción, en total se relevaron 51 casos, considerando tanto empresas vitícolas (35) como bodegas con viñedos de su propiedad (16). Estos establecimientos presentaron un tamaño promedio de 87 hectáreas. Al

analizar los datos según la escala de superficie, se observa que 12 son establecimientos que están en el intervalo de hasta diez hectáreas, 15 están en el intervalo de entre 11 y 25 hectáreas, ocho casos están entre 26 y 50 hectáreas y 14 casos tienen más de 51 (dos casos no respondieron a esta pregunta).[3] Para las empresas vitícolas, el tamaño medio de los viñedos es de 28 hectáreas, mientras que para las empresas vitivinícolas ese tamaño medio asciende a 235 hectáreas. Lo que da cuenta de las importantes diferencias entre ambos, los productores primarios y las bodegas.

Profundizando en las características de los establecimientos, 19 comenzaron sus actividades en años previos a la década de los noventa, 12 entre 1991 y el año 2000, 12 entre el año 2001 y el 2010 y siete luego del 2011 (uno de los casos no respondió a la pregunta). En relación con esta variable, la mayoría de las empresas vitícolas comenzaron la actividad antes del 2001, mientras que las empresas vitivinícolas se insertan en la actividad mayormente después de ese año. La década de inicio de las actividades para las bodegas es acorde al momento de instalación de grandes emprendimientos vitivinícolas en la zona, vinculada al avance de grandes capitales en el sector. Al igual que sucede en otras ramas de la producción, estos capitales se instalan en todo el complejo vitivinícola, abarcando desde el sector primario hasta la elaboración y comercialización del vino y se encuentran estrechamente ligados al mercado internacional.

Otra cuestión importante para caracterizar los establecimientos es la presencia de trabajo familiar, lo que se relaciona con la organización del trabajo y la demanda de jornales para realizar las labores agrícolas. De los 51 casos relevados, 18 señalaron que algún miembro de la familia trabaja, 16 de los cuales fueron empresas vitícolas y sólo dos fueron bodegas. Entre los viticultores, con mayor frecuencia indican que realizan sólo tareas administrativas (siete), seguidos de familiares que desempeñan ambas tareas administrativas y de campo (cinco) y finalmente quienes sólo realizan tareas de campo (cuatro).

En el relevamiento se incluyeron una serie de preguntas para caracterizar los tipos de arreglos que se establecen entre empresas y productores vitícolas con las bodegas, en la producción y venta de uvas. Por lo general, los productores primarios acuerdan de manera previa la venta de su producción con alguna bodega, quien a su vez realiza diferentes controles sobre esos viñedos a lo largo del ciclo productivo. En el relevamiento realizado, se destaca

que entre las 36 empresas vitícolas encuestadas 28 acuerdan de forma anual, tanto formal como informalmente, la venta de su uva. De los restantes, una parte no la tiene acordada (seis casos) y sólo dos elaboran su propio vino en bodegas de terceros.

De quienes tienen acordada la venta de la uva (28), 18 pautan con sólo una bodega y los diez casos restantes con más de una. La relación con la bodega adquiere distintas formas, que fueron indagadas en la encuesta. En relación con algún tipo de adelanto del pago o previsión de insumos, sólo cuatro reciben estos adelantos. Considerando la formalidad del acuerdo, 11 firmaron un contrato formal o por escrito, mientras que 17 señalaron que se trata de un acuerdo de palabra. Finalmente, cuatro de las empresas vitícolas mencionaron que el acuerdo incluye la compra del producto sólo si cumple con los requisitos de calidad previamente pautados.

Más allá de la formalidad o no, los acuerdos que se establecen implican un estricto control y supervisión de las prácticas y actividades que se realizan en el viñedo. Al respecto, otras investigaciones mencionan que a pesar de la ausencia de relaciones formales de integración entre los productores primarios y las bodegas, éstas logran, año a año, abastecerse de materia prima que responde a los criterios de calidad esperados (Brignardello, 2012; Quaranta y Brignardello, 2019). La información del relevamiento realizado corrobora esta afirmación, ya que los viticultores encuestados señalan que los acuerdos entablados con las bodegas implican una supervisión de las actividades. Estos controles son realizados a lo largo del ciclo productivo (17 casos) o, para algunos, únicamente durante la cosecha (diez casos). Sólo uno de los casos indicó que su acuerdo con la bodega no implica ningún tipo de supervisión.

Las bodegas traducen los diversos criterios de calidad en tareas concretas que se les exigen a los productores primarios. Este tema fue recuperado en las entrevistas a los actores, donde describen que esta supervisión es realizada por un profesional —generalmente ingenieros o técnicos agrónomos— que recorre los viñedos para realizar los asesoramientos técnicos, plantear pautas de trabajo y realizar controles fitosanitarios. Al momento de la cosecha, estos controles se dan en torno al punto de maduración de la uva, su composición de azúcar y otras cuestiones que determinan el momento óptimo de cosecha.**[4]** Los entrevistados mencionan que la supervisión realizada a lo largo del ciclo productivo es cada vez más esporádica, ya que los productores del Valle de Uco han incorporado las prácticas y pautas asociadas a la calidad, por lo que se

vuelven menos necesarias las visitas frecuentes, como al inicio del modelo. Esto no implica que la supervisión sea menos estricta, sino que en ciertas labores y prácticas se considera ahora el mínimo de las tareas a realizar y esto ha sido internalizado por productores como elementos indispensables para la venta de la uva. Asimismo, la posibilidad siempre latente de que la bodega no compre la uva es un elemento condicionante para los productores, que buscan disminuir el riesgo de que esto ocurra.

En la actualidad, la mayoría de los productores elaboran uvas de alta calidad enológica y con un varietal destinado a la exportación. Sin embargo, esto no se traduce directamente en una mejor posición en los acuerdos que establecen con las bodegas: los productores no conocen ni las cantidades de uva ni sus precios, que se establecen una vez entregado el producto, con pagos diferidos. Estos productores se encuentran en desventaja frente un sector agroindustrial cada vez más concentrado y una relación signada por la desigualdad.

El mercado de trabajo agrícola ante las redefiniciones de la calidad

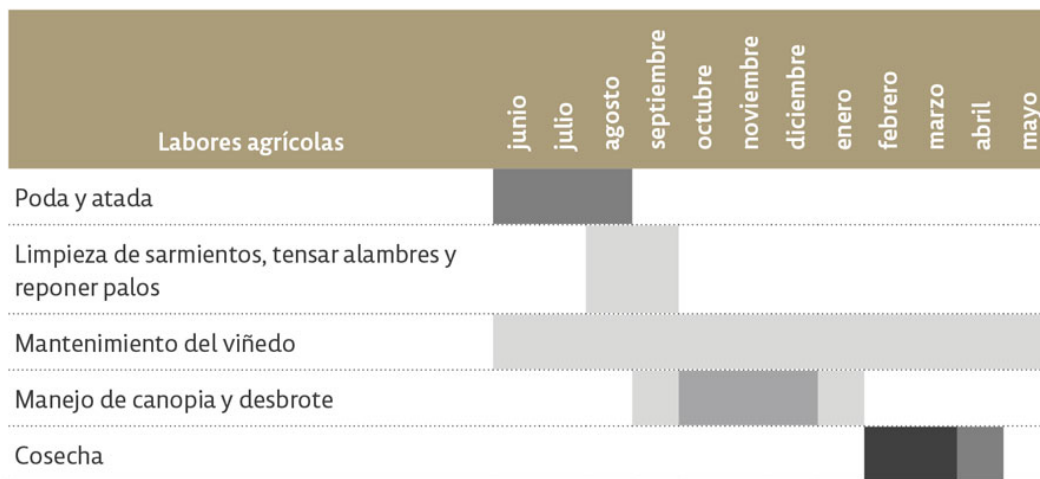
La consolidación del paradigma de la calidad en la región del Valle de Uco repercutió profundamente en la conformación del ciclo laboral anual y en las tareas específicas que se realizan en la vid. Los antecedentes destacan la aparición y difusión de nuevas tareas y la reformulación de otras tradicionalmente desempeñadas. Se adecuan las tareas tradicionales, como la poda, el riego y la cosecha, mientras se difunden labores como el control de la canopia, el desbrote y el raleo, en un manejo agronómico y enológico integrado (Neiman, 2003; Pizzolato y Goldfarb, 2010; Quaranta y Fabio, 2011).

La incorporación de estas nuevas prácticas y técnicas de manejo productivo de la vid implicaron, en un primer momento, un gran control sobre las actividades que se realizaban para alcanzar una uva de calidad. Varias de estas prácticas se han generalizado en los viñedos del Valle de Uco, más allá del varietal o tipo de establecimiento. Así como se reconfiguran los criterios que definen la calidad, estas prácticas también fueron cambiando; por ejemplo, en la actualidad los productores primarios prácticamente no realizan raleo en sus viñedos, la cantidad de uva y racimos se controla antes, mediante la poda y el manejo de la canopia.

En la tabla 1 se presenta un calendario de las principales labores agrícolas que se realizan en la vid para producir uva con destino a elaboración. En este

esquema se mencionan las actividades en los 12 meses del año, diferenciando la intensidad de requerimientos de mano de obra según los meses y las actividades. En promedio, la producción de vid requiere de cincuenta jornales por hectárea al año; 42 de esos jornales son requeridos para las actividades de precosecha (en el calendario, todas las actividades menos la cosecha), mientras que en la cosecha se utilizan ocho de esos jornales (Neiman, 2010). Se diferencian en su magnitud por la intensidad de la demanda: mientras que las actividades de precosecha se distribuyen durante todo el año, la cosecha se concentra en los meses de febrero, marzo y abril, dependiendo de la variedad.

Tabla 1
Calendario de labores de manejo agronómico para la vid



BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS LABORES INDICADAS EN EL CALENDARIO: las tareas que requiere cada una y las características de la mano de obra.

a) Mantenimiento del viñedo: Implica las tareas de riego, mantenimiento del suelo —abonado, siembra de abono verde, cincelado, rastreo, apertura del surco, desorillado y preparación de bordos de riego—, fertilización, aplicación de herbicidas y control de plagas, malezas y enfermedades. Se realiza con mano de obra calificada y permanente (por ejemplo, tractorista); en el caso de las unidades productivas de base familiar, esta actividad la efectúa el productor con algún miembro de la familia.

b) Manejo de canopia y desbrote: Esta tarea incluye una serie de operaciones en verde que se realizan sobre la canopia (sistema aéreo de la planta: hojas, peciolas, tallos, frutos, tronco, pitones y cargadores). Se ejecuta en cooperación con la poda invernal para el mantenimiento de la estructura de la planta y la optimización de la calidad de la cosecha. Incluye tareas de desbrote, despunte, despampanado, deshoje, desnietado, raleo de racimos y raleo de bayas. Lo realiza personal especializado, generalmente permanente; según el tamaño de la producción, se requiere también personal temporario. Al igual que la anterior, en las unidades productivas de base familiar esta actividad la ejecuta el productor con algún miembro de la familia.

c) Cosecha: Si es manual, se realiza con tijeras y tachos; es el momento de mayor demanda de mano de obra por su intensidad —cuando la uva está en grado debe cosecharse—. Esta mano de obra es temporaria, sin ningún tipo de especialización. En las unidades productivas de base familiar, se contrata mano de obra temporal. De forma reciente avanza la mecanización, por lo que cambia la intensidad y demanda de mano de obra.

d) Poda y atada: La poda implica la supresión de diferentes partes de la planta para lograr un equilibrio entre el crecimiento vegetativo y reproductivo, respetando su sistema de conducción. Se realiza con mano de obra calificada, permanente y temporaria. Por su parte, la atada se hace simultáneamente a la poda; implica sostener la planta según la estructura de conducción. La realiza mano de obra temporal no calificada, generalmente de mujeres.

e) Limpieza de sarmientos, tensar alambres y reponer palos: Luego de la poda, se sacan los restos o se trituran, dejándolos en el suelo, se controlan los sistemas de sostén de la planta y se cambian las plantas que no estén en condiciones. Lo realiza personal permanente y según el tamaño de la producción se requiere también personal temporario. Al igual que la anterior, en las unidades productivas de base familiar esta actividad la ejecuta el productor con algún miembro de la familia.

Fuente: Elaboración propia con base en el calendario presentado por Salatino (2021).

Nota: Los tonos utilizados en el cuadro se encuentran en consonancia con la magnitud de mano de obra demandada: a mayores requerimientos, más oscura es la intensidad del color.

En este modelo vigente, los establecimientos vitícolas se enfrentan a un calendario marcado por una mayor cantidad de tareas distribuidas durante todo el año más allá de la cosecha. La mayor importancia relativa de las tareas vinculadas a la calidad vitivinícola (poda, raleo, desbrote y controles de riego) genera mayor equilibrio a lo largo del ciclo de actividades, ya que antes de la reestructuración productiva la demanda estaba centrada en su mayoría en la cosecha. Los cambios en el manejo agronómico y enológico en la producción de uvas traen importantes modificaciones para el trabajo agrícola, tanto en aspectos cuantitativos (cantidad de jornales demandados) como cualitativos (organización del trabajo, modalidades de contratación y vínculos laborales). Las labores requeridas son constantes durante todo el ciclo productivo; no obstante, la demanda de trabajo se resuelve con una mayor eventualidad en la forma de contratación. Los cambios en las labores no implicaron un crecimiento de la cantidad de trabajadores permanentes, sino todo lo contrario, aumentando la proporción de trabajadores estacionales o transitorios. La contratación temporal y generalmente indirecta de trabajadores se convierte en la modalidad más frecuente para la vitivinicultura, en consonancia con otras producciones agrarias reestructuradas (Neiman, 2015). Estas modalidades están ligadas a estrategias empresariales que flexibilizan el uso de la fuerza de trabajo y ajustan las contrataciones de los trabajadores al tiempo de trabajo efectivamente utilizado (Quaranta y Fabio, 2011).

El aumento de los requerimientos de trabajadores de manera eventual tiene como fenómeno asociado el incremento de agentes de intermediación, que vienen a resolver las demandas específicas y transitorias de mano de obra agrícola (Quaranta y Fabio, 2011). Se difunden las empresas de servicios agrícolas y de colocación de personal, mientras que figuras clásicas, como los cuadrilleros, adquieren nuevas funciones y responsabilidades (Salatino, 2021).

En el relevamiento realizado durante 2021 y 2022 se retoman estas cuestiones vinculadas a la demanda y contratación de trabajadores/as agrícolas por parte de los establecimientos vitícolas y vitivinícolas. Debido a la importancia que tiene la cosecha en la demanda de trabajadores, se analizan especialmente los avances en mecanización, para luego hacerlo sobre las características de la mano de obra contratada.

La mecanización de la cosecha

Por la importancia que tiene la cosecha en la demanda de trabajo en la conformación del ciclo anual de actividades realizadas, se presenta en primer lugar del análisis la mecanización de la actividad. El escenario examinado muestra el avance de la mecanización de la cosecha en la vid en el Valle de Uco: mientras que 17.6% de los quintales producidos en Mendoza se cosecharon a máquina, este valor alcanzó 42.5% de la producción en el Valle de Uco.[5] En esta región, por las características de los emprendimientos que llevaron a cabo las implantaciones de los nuevos viñedos, las fincas se proyectaron considerando la utilización de maquinarias en el ciclo productivo. En cambio, en el resto de la provincia la mecanización de la cosecha de vid no se generaliza por diferentes limitaciones, como la edad de los cultivos, la estructura de conducción bajo parral, las escalas de producción pequeñas y los problemas de diseño de fincas (Novello, Battistella y Barcia, 2017).

En el Valle de Uco, según el relevamiento realizado, en 27 de los casos se realiza la cosecha de manera manual, 19 de forma mixta, combinando la mecánica y la manual, y en cinco casos con máquina. Al profundizar sobre el uso de estas cosechadoras, los entrevistados señalan que los costos son equiparables —y en muchas ocasiones superiores— a la cosecha manual; sin embargo, el uso de maquinaria —generalmente mediante subcontratación del servicio— implica un ahorro en términos de la gestión y organización de los trabajadores. El aumento acelerado de la cantidad de hectáreas cosechadas con máquina disminuye el total de jornales demandados en la producción de uvas. Asimismo, permite ampliar las horas y los momentos de trabajo, pudiendo cosechar de noche y también en horarios de fuerte exposición solar.

Este creciente uso de cosechadoras mecánicas cuestiona la idea de que esto afecta la calidad de las uvas. En las entrevistas, los referentes señalan que las mejoras tecnológicas de las cosechadoras mecánicas permiten un mayor cuidado de los viñedos y el resguardo de la integridad del grano, conservando así la calidad de la uva. Un detalle que se debe considerar, vinculado a la importancia de la modalidad mixta en el Valle de Uco, es que los establecimientos reservan una parte de los viñedos —hectáreas, cuadros, cuarteles o hileras— para cosechar de forma manual. Por lo general, se trata de las uvas destinadas a vinos de las gamas más altas y los segmentos más exclusivos del mercado. Esta labor manual, que hace años era la predominante

e incluso la única forma de cosecha en la provincia, se vuelve un elemento de exclusividad y distinción del vino en este periodo, lo cual se traduce en mayor precio de venta de esos vinos premium y ultrapremium.

El mercado de trabajo agrícola

Como se ha señalado, una de las características principales que asume la organización del trabajo en el marco de la reestructuración productiva es la disminución de la cantidad de trabajadores contratados de forma permanente y el crecimiento de las formas eventuales, temporales o transitorias.

En esta línea, de los 51 casos relevados, cuarenta señalaron que contratan trabajadores permanentes y 11 no lo hacen, mientras que los establecimientos que contratan temporales ascienden a 47. Entre los establecimientos que contratan trabajadores permanentes, 19 emplean a una o dos personas, ocho a entre tres y cinco, otros ocho a entre seis y 15 y cinco a 16 o más. El total de trabajadores contratados de manera permanente se relaciona con el tamaño de los viñedos, si se trata de productores no integrados o bodegas con viñedos propios, así como también con la presencia o no de algún miembro de la familia trabajando en el establecimiento. En concreto, como es de esperarse, son los casos con viñedos de más de cincuenta hectáreas los que contratan 16 o más de manera permanente; en su mayoría, viñedos en propiedad de bodegas.

En la mayoría de los casos, son varones a quienes se contrata de manera permanente para realizar las actividades de viña. Entre los establecimientos relevados, sólo nueve contratan mujeres y son las empresas con seis permanentes o más. Esta preeminencia de varones en puestos de trabajo permanentes es un fenómeno que corresponde a las características históricas de este mercado de trabajo. Si bien el proceso de reconversión productiva en América Latina amplió la participación femenina en la producción y el procesamiento de productos de exportación, las mujeres acceden a puestos temporales, de menor jerarquía y peor remuneración (Lara Flores, 2006). Las ocupaciones agrícolas femeninas suelen estar caracterizadas por la temporalidad del empleo, como algo predominante en estos espacios laborales (Mingo, 2013).

Generalmente, los puestos permanentes son ocupados por trabajadores que poseen cierta calificación: obreros con oficio, tractoristas, choferes, capataces o encargados. Estas personas desempeñan un rol polivalente, ya que realizan todas las labores de mantenimiento de la viña, aplicación de herbicidas y

fertilizantes, riego y actividades con tractor, como arada y rastreada, entre otras. A su vez, cumplen funciones de supervisión del resto de las labores, incluso con la gestión de los trabajadores temporales. En el caso del riego, la mayoría de los viñedos lo hace por goteo, por lo que no incluyen tareas muy demandantes. En esta línea, los trabajadores temporarios se requieren para las actividades de alta demanda de mano de obra y eventuales en el tiempo: poda, atada, manejo de canopia y desbrote, raleo y cosecha. Esta última actividad, la más concentrada en el tiempo y con la mayor cantidad de jornales demandados, se está reconfigurando al compás del avance de la mecanización, como ya se mencionó.

En el relevamiento realizado, del total de establecimientos que contratan trabajadores temporarios (47 casos), 40 lo hacen para la poda, 45 para la atada, 37 para el manejo de canopia y desbrote y 44 para la cosecha. Finalmente, para el raleo, sólo 11 contratan temporales. Según lo recabado en las entrevistas, esta labor es cada vez menos frecuente por los cambios vinculados al manejo agronómico y enológico de la vid. En la actualidad, el control de la cantidad de frutos, hojas y brotes se realiza mediante el manejo de canopia y desbrote y prácticamente no se utilizan los raleos de racimos.

Retomando: al observar la cantidad de jornales demandados para cada tarea, la cosecha es la que mayor mano de obra demanda. A pesar el avance de la mecanización, esta actividad sigue siendo la que más la ocupa: nueve de cada diez establecimientos relevados contratan 11 o más trabajadores temporarios para esta actividad. Para el resto de las tareas, como poda, atada y manejo de canopia y desbrote, por lo general ocupan hasta cinco trabajadores temporarios. Estas labores tienen la particularidad de que se pueden extender en días, a diferencia de la cosecha, que requiere de una gran cantidad de jornales en periodos cortos y precisos de tiempo.

Para el trabajo temporario, los establecimientos prefieren contratar varones, al igual que para los puestos permanentes. La presencia de mujeres en los puestos de trabajo temporales depende de la actividad: entre los establecimientos encuestados, la mayoría contrata mujeres para la cosecha —aunque la proporción de los varones contratados para esta tarea siempre es más alta—; lo mismo ocurre con el manejo de la canopia y el desbrote. El caso de la poda es diferente; la frecuencia de establecimientos que contratan mujeres es mínima. Afirman que prefieren varones para esta actividad. Sin embargo, para la atada, labor que se realiza a la par que la poda, los

establecimientos contratan más mujeres que varones. En las entrevistas realizadas, se confirma que mientras el varón realiza la poda —tarea especializada, mejor remunerada y valorada—, las mujeres se ocupan de la atada, que implica un grado de precisión y detalle, aunque no se reconoce como actividad especializada. Como sucede en otros tipos de trabajo, la división sexual de tareas se basa en las características que se les atribuyen a los varones y las mujeres, según las cuales se articula una forma de organizar y estructurar el trabajo. De esta forma, se le asignan a la mujer capacidades y competencias asociadas a lo femenino: precisión, delicadeza, cuidado, compromiso, como cuestiones innatas a su género —y no aprendidas en sus trayectorias laborales (Mingo, 2013).

Finalmente, en los establecimientos relevados se observa una organización del trabajo basada en un mínimo de trabajo permanente y una gran proporción de trabajadores temporales que se ocupan de la poda, la atada, el manejo de la canopia, el desbrote y la cosecha. Dada la importancia que tiene el trabajo temporario para estos establecimientos, se vuelve fundamental indagar sobre las modalidades que utilizan para conseguir a quienes trabajen de manera temporaria. Concretamente, los establecimientos combinan diferentes estrategias: 36 utilizan intermediarios o cuadrilleros para conseguir trabajadores, 16 los consiguen por acuerdos que se renuevan cada año con los mismos trabajadores y 13 utilizan redes personales de trabajadores permanentes.

Es interesante conocer la procedencia de estos trabajadores temporales. Del total de casos relevados, 44 dijeron que contratan trabajadores temporarios de la zona y nueve que ocupan de otras provincias. De estos nueve casos, cinco son situaciones donde el trabajador es quien resuelve el alojamiento, en tres lo hace el administrador o dueño del establecimiento y en sólo un caso el cuadrillero. De los nueve casos mencionados, en cuatro el alojamiento es dentro de la finca.

Una cuestión por señalar es que en el relevamiento realizado no existen importantes diferencias entre las estrategias que utilizan los distintos establecimientos empleadores —empresas vitícolas y bodegas con viñedos propios— para conseguir trabajadores temporarios. En este sentido, la estrategia de conseguir trabajadores por intermediarios o cuadrilleros es la más frecuente, combinada con la búsqueda por redes de trabajadores permanentes y trabajadores temporarios con los que se renueva el acuerdo cada año.

En las entrevistas se retomaron algunos aspectos de esta intermediación para poder avanzar en la caracterización del fenómeno. En primer lugar, reconocen la presencia cada vez más frecuente de empresas de colocación de personal[6] y de servicios agrícolas[7] en la intermediación laboral del Valle de Uco. La existencia de grandes y medianas empresas en la vitivinicultura y los avances en la regulación de las relaciones laborales llevaron a formalizar los acuerdos entre las figuras intermediarias y los establecimientos que demandan trabajadores. Además de las funciones de reclutamiento, traslado y gestión de los trabajadores temporales, estas empresas se encargan del registro ante las entidades laborales y de seguridad social, así como también del pago de seguros de trabajo (aseguradores de riesgos del trabajo, o ART en Argentina).

En los testimonios recabados, uno de los entrevistados menciona que cuando comenzó sus actividades como intermediario, hacia el 2003, no tenía ningún registro formal de su actividad ni de las personas que llevaba a los viñedos. A medida que su relación se volvió frecuente (realiza diversas actividades a lo largo del ciclo productivo y todas las temporadas) con uno de los más grandes emprendimientos instalados en el Valle de Uco, le exigieron facturar la actividad y luego inscribirse como prestador de servicios agrícolas. También señaló que ésta es la forma más frecuente con la que se puede trabajar como intermediario para estos establecimientos. No obstante, los cuadrilleros —capataces o jefes de cuadrilla— siguen teniendo un rol fundamental y una presencia muy importante en el territorio. Incluso cuando la intermediación es realizada por empresas más formalizadas, buscan a estos cuadrilleros para facilitar la comunicación y la gestión de los trabajadores temporarios (Salatino, 2021). De este modo, es muy frecuente encontrar cuadrilleros que trabajan para estas empresas de servicios agrícolas o de colocación de personal.

CONSIDERACIONES FINALES

Este escrito tiene como propósito registrar las redefiniciones de los criterios de *calidad* vinculadas a las exigencias del mercado internacional de vinos para analizar las transformaciones en el mundo del trabajo agrícola. El Valle de Uco se presenta como un caso con gran potencialidad explicativa para observar estos fenómenos, ya que la reestructuración productiva y la inscripción de la zona como uno de los sitios privilegiados para la vitivinicultura del nuevo

mundo transformó las maneras de producir uvas y elaborar vinos en la región, con la calidad como eje estructurador.

En un primer momento, esta condición estuvo asociada especialmente al varietal, lo que motorizó las principales transformaciones en la producción de uvas: el recambio varietal y un estricto control del proceso productivo, la reformulación de prácticas agronómicas tradicionales y la redefinición de las pautas enológicas en las bodegas con vistas al mercado externo. En la actualidad, estas dimensiones asociadas a la producción de vinos de alta calidad enológica son características generalizadas en la vitivinicultura del Valle de Uco. La noción de calidad continúa mediando y articulando las relaciones sociales entre los diversos actores del sector, aunque su contenido y acento se modifican. Emergen procesos y estrategias diferenciales que reconfiguran las pautas y los criterios de calidad, entre los que se encuentran la revitalización del campo de las denominaciones de origen (DO) y las indicaciones geográficas (IG), la incorporación de prácticas asociadas a la sustentabilidad en los agroecosistemas y la propuesta de formas alternativas de producción más amigables con el medio ambiente. Es necesario profundizar sobre estas cuestiones, que representan uno de los interrogantes que deja abiertos este escrito.

En este marco, se indagó sobre los cambios en la producción de vid y sus efectos sobre el mercado de trabajo agrícola ante el giro de calidad iniciado. Los procesos de reestructuración en la vitivinicultura, en este caso asociados a la calidad, tienen un carácter dinámico y se valen de distintos recursos y prácticas para aumentar la diferenciación de productos y sostener o aumentar los márgenes de ganancia. Las que hace tres décadas atrás eran consideradas prácticas novedosas e indispensables para participar de la producción de vino de calidad están plenamente incorporadas y son la base de este modelo, mientras otras van quedando en desuso.

Entre los resultados de esta investigación se observa que la mayoría de los establecimientos del Valle de Uco elaboran uvas de alta calidad enológica y con un varietal destinado a la exportación; no obstante, los productores primarios —las empresas vitícolas— están en desventaja frente un sector agroindustrial cada vez más concentrado y una relación signada por las asimetrías. Además, se identifica un sostenido avance de la mecanización, lo que interpela la noción de que las uvas de calidad no pueden ser cosechadas de forma mecánica. Esta mecanización se relaciona de manera directa con el mercado de trabajo

agrícola, ya que se disminuye la cantidad de jornales demandados para cosechar, lo que abre varios interrogantes sobre las consecuencias de estos cambios tanto en la reconfiguración de los criterios de calidad como en las personas ocupadas en el sector.

A su vez, se demostró que los establecimientos presentan una organización del trabajo basada en un mínimo de trabajo permanente y una gran proporción de trabajo temporal que se ocupa de la poda, la atada, el manejo de la canopia, el desbrote y la cosecha. En esta dirección, la intermediación laboral es la forma más frecuente para conseguir trabajadores y trabajadoras temporarias. De este modo, se acentúa la tendencia histórica de estos empleos hacia formas laborales inestables, donde las mujeres se incorporan a los puestos menos calificados y remunerados.

BIBLIOGRAFÍA

- Altschuler, Bárbara, y Patricia A. Collado (2013). “Transformaciones en la vitivinicultura mendocina en las últimas décadas: el doble filo de la ‘estrategia cooperativa’”. *Voces en el Fénix* (27) [en línea]. Disponible en <<https://vocesenelfenix.economicas.uba.ar/transformaciones-en-la-vitivinicultura-mendocina-en-las-ultimas-decadas-el-doble-filo-de-la-estrategia-cooperativa/>> (consulta: 11 de diciembre de 2023).
- Azpiazu, Daniel, y Eduardo Basualdo (2001). *El complejo vitivinícola argentino en los noventa: potencialidades y restricciones*. Buenos Aires: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- Barham, Elizabeth (2003). “Translating terroir: the global challenge of French AOC labeling”. *Journal of Rural Studies* 19 (1): 127-138.
- Brignardello, María (2012). “Reestructuración, calidad y relaciones sociales: transformaciones en el vínculo productor vitivinícola-agroindustria en Mendoza, Argentina”. *Agrária (São Paulo. Online)* (16): 95-120.
- Collado, Patricia (2003). “Mendoza, periferia de la periferia próspera (Un análisis sobre el modelo de desarrollo regional)”. *Confluencia* 1 (1): 1-22.
- Collado, Patricia, y Alejandro Rofman (2005). “El impacto de la crisis de los años 2001-2002 sobre el circuito agroindustrial vitivinícola y los agentes económicos que lo integran”. En *IV Jornadas Interdisciplinarias de Estudios Sociales y Agroindustriales 2005*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires-Facultad de Ciencias Económicas.

- Gago, Alberto Daniel (1999). *Rupturas y conflictos en la historia económica de Mendoza*. Mendoza: Centro de Estudios e Investigaciones Regionales.
- Heredia, Mariana (2015). “Globalización y clases altas en el auge del vino argentino”. *Trabajo y Sociedad* (24): 267-284.
- Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV) (2020). Informe del Laboratorio Estadístico INV-Parte II. Sector Industrial [en línea]. Disponible en <<https://www.argentina.gob.ar/inv/vinos/estadisticas/regiones-vitivincolas>> (consulta: 14 de diciembre de 2023).
- Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV) (2021). Bodegas inscriptas y elaboradoras [en línea]. Disponible en <<https://www.argentina.gob.ar/inv/estadisticas-vitivincolas/cosecha/informes-especiales>> (consulta: 18 de febrero de 2025).
- Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV) (2022a). Regiones Vitivinícolas Argentinas. Provincia Mendoza. Zona Valle de Uco (Departamentos: San Carlos, Tunuyán y Tupungato). Informe elaborado por el Laboratorio Estadístico del Instituto Nacional de Vitivinicultura [en línea]. Disponible en <https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2018/10/valle_de_uco_0.pdf> (consulta: 17 de octubre de 2023).
- Instituto Nacional de Vitivinicultura (2022b). Informe Ley N° 25.163. Indicación Geográfica. Denominación de Origen Controlada [en línea]. Disponible en <<https://www.argentina.gob.ar/inv/resoluciones-ig-y-estadisticas-varias>> (consulta: 22 de noviembre de 2023).
- Lara Flores, Sara María (2006). “El trabajo en la agricultura: un recuento sobre América Latina”. En *Tratado latinoamericano de sociología del trabajo*, coordinado por Enrique de la Garza Toledo, 488-522. México: Fondo de Cultura Económica.
- Marie-Vivien, Delphine, y Estelle Biénabe (2017). “The multifaceted role of the state in the protection of geographical indications: A worldwide review”. *World Development* 98: 1-11.
- Martín, Facundo (2009). “Las transformaciones recientes en la agricultura de oasis en Mendoza, Argentina. Una aproximación al caso de la reestructuración vitivinícola desde la economía política de la agricultura”. Tesis de maestría. Buenos Aires: Facultad Latinoamericana de Ciencias

- Sociales [en línea]. Disponible en
<<http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/1805/1/TFLACSO-2009FM.pdf>> (consulta: 23 de enero de 2024).
- Mateu, Ana María, y Steve Stein (2008). *El vino y sus revoluciones. Una antología histórica sobre el desarrollo de la industria vitivinícola argentina*. Mendoza: Editorial de la Universidad Nacional de Cuyo.
- Mingo, Elena (2013). “Género y relaciones laborales en la agroindustria frutícola del Valle de Uco, provincia de Mendoza, Argentina”. *Iluminuras* 14 (33) [en línea]. Disponible en
<<https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/2699/Articulomingoiluminuras.pdf?sequence=1&isAllowed=y>> (consulta: 15 de agosto de 2023).
- Neiman, Guillermo (2003). “La calidad como articulador de un nuevo espacio productivo y de organización del trabajo en la vitivinicultura”. En *El campo en la sociología actual. Una perspectiva latinoamericana*, compilado por Mónica Bendini, Miguel Murmis y Pedro Tsakoumagkos. Buenos Aires: La Colmena.
- Neiman, Guillermo (2010). *Estudio sobre la demanda de trabajo en el agro argentino*. Buenos Aires: Centro de Integración, Comunicación, Cultura y Sociedad.
- Neiman, Guillermo (2015). “Reclutamiento y contratación de trabajadores estacionales migrantes en el Valle de Uco, provincia de Mendoza, Argentina”. En *Asalariados rurales en América Latina*, compilado por Alberto Riella y Paula Mascheroni. Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- Neiman, Guillermo (2017). “La ‘nueva vitivinicultura’ en la provincia de Mendoza: Un análisis cuantitativo de su crecimiento durante la última década del siglo xx”. *Estudios Sociales Contemporáneos* (16): 40-59.
- Neiman, Guillermo, y Adriana Bocco (2001). “Mercados de calidad y trabajo. El caso de la vitivinicultura argentina”. Ponencia presentada en el 5º Congreso Nacional de Estudios del Trabajo. Universidad de Buenos Aires [en línea]. Disponible en
<<https://cdi.mecon.gob.ar/bases/docelec/mu1654.pdf>>.
- Novello, Raúl, Maximiliano Battistella y Fernando Barcia (2017). “Mecanizar el viñedo no consiste sólo en meter maquinarias a la finca”. *Campo Andino* 9 (41): 14-17.

- Pizzolato, Daniel, y Laura Goldfarb (2010). “La demanda de mano de obra en uva para la elaboración de vinos finos, provincia de Mendoza”. En *Estudio sobre la demanda de trabajo en el agro argentino*, coordinado por Guillermo Neiman, 271-284. Buenos Aires: Centro de Integración, Comunicación, Cultura y Sociedad.
- Quaranta, Germán, y Francisco Fabio (2011). “Intermediación laboral y mercados de trabajo en agriculturas reestructuradas: el caso del Valle de Uco, Mendoza, Argentina”. *Región y Sociedad* 23 (51): 193-225.
- Quaranta, Germán, y María Brignardello (2019). “Relaciones sociales de calidad en la producción y el trabajo de la vitivinicultura de Cuyo, Argentina”. En *Reestructuración vitivinícola, mercados de trabajo y trabajadores migrantes*, coordinado por Martha Judith Sánchez Gómez, Francisco Torres Pérez, Inmaculada Serra Yoldi y María Elena Gadea Montesinos, 249-272. México: Universidad Nacional Autónoma de México-Instituto de Investigaciones Sociales/El Colegio de la Frontera Norte.
- Raftery, David (2017). “Producing value from Australia’s vineyards: an ethnographic approach to ‘the quality turn’ in the Australian wine industry”. *Journal of Political Ecology* 24 (1): 342-367.
- Richard-Jorba, Rodolfo A. (2006). “Formación, crisis y reorientaciones de la vitivinicultura en Mendoza y San Juan, 1870-2000. Aportes para el estudio del sector en la Argentina”. *Boletín Geográfico* 28: 79-122.
- Salatino, María Noelia (2021). “De prescindibles a indispensables: trabajadores y trabajadoras agrícolas del Valle de Uco en contexto de pandemia”. Ponencia presentada en X PreCongreso Regional de Especialistas en Estudios del Trabajo [en línea]. Disponible en <https://bdigital.uncu.edu.ar/16749> (consulta: 19 de enero de 2024).
- Stake, Robert E. (1994). “Case studies”. En *The Sage Handbook of Qualitative Research*, editado por Norman K. Denzin y Yvonna S. Lincoln. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Trubek, Amy, y Sara Bowen (2008). “Creating the taste of place in the United States: can we learn from the French?” *GeoJournal* 73: 23-30.

Bases de datos

- Censo Nacional Agropecuario (1988, 2002 y 2018) [en línea]. Disponible en <https://www.indec.gob.ar/indec/web/Nivel4-Tema-3-8-87> (consulta: 12

de agosto de 2023).

[Notas]

- [1] Sobre esto existen numerosos estudios, entre los que se destacan: Gago, 1999; Richard-Jorba, 2006; Azpiazu y Basualdo, 2001; Collado, 2003; Mateu y Stein, 2008.
- [2] Distintas investigaciones han dado cuenta de estas transformaciones, entre las que se encuentran Neiman y Bocco, 2001; Collado y Rofman, 2005; Martín, 2009; Altschuler y Collado, 2013; Neiman, 2017.
- [3] En la definición de los intervalos para la escala de producción de los establecimientos relevados se tomaron en cuenta diferentes factores que influyen en la producción de uvas y su rentabilidad económica. Tanto desde el ámbito académico como de la política pública, han propuesto diversas tipologías o escalas de producción para caracterizar el sector; para este capítulo se tomaron en cuenta recomendaciones del Censo Nacional Agropecuario (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) y de los Informes de Superficie (Instituto Nacional de Vitivinicultura), así como información aportada por el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. A partir de estas recomendaciones, se definieron las escalas de producción que mejor se adaptaron a la información relevada. El primer intervalo reúne a los establecimientos que tienen hasta diez hectáreas; el segundo intervalo a los que tienen entre 11 y 25 hectáreas; el tercer intervalo a los que tienen entre 26 y 50 hectáreas y el cuarto intervalo a los que tienen más de 51 hectáreas.
- [4] A partir de las entrevistas, se observa que la exigencia del cumplimiento de las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) aparece como otro mecanismo de control y supervisión. A diferencia de otros criterios, se encuentra formalizado donde la legislación para la producción de alimentos inocuos y de calidad exige etiquetado de los productos explicitando su trazabilidad. Mediante la trazabilidad y el Registro Nacional Sanitario de Productores Agropecuarios, se garantizan ciertas prácticas de manejo agrícola a las producciones frutícolas que circulan legalmente en el país desde el 2020.
- [5] En las otras regiones vitivinícolas de Mendoza la proporción es mucho menor: en el este se cosechó en forma mecánica 7.4% de la uva para vinificar y en el centro 31.7% (Informe del Laboratorio Estadístico del Instituto Nacional de Vitivinicultura, 2020).
- [6] Grandes empresas de colocación de personal temporal y eventual en distintas actividades económicas se han adaptado con la finalidad de atender las demandas de trabajadores temporarios por parte de medianas y grandes empresas de la agricultura. En algunos casos completan todo el ciclo de gestión de la mano obra —reclutamiento, transporte, supervisión y pago— y realizan algún tipo de registro de los trabajadores (Neiman: 2015: 124).
- [7] Empresas agrícolas y agroindustriales: mayoritariamente se trata de grandes empresas que disponen de un circuito fluido y relativamente extenso de contactos. Privilegian estabilizar

la contratación de trabajadores con base en un intenso proceso de selección; en algún caso incorporan ex cuadrilleros como asalariados permanentes, que pasarán a cumplir esa función en la empresa. Puede intervenir eventualmente algún intermediario (Neiman: 2015: 124).

Reestructuración agrícola y vitivinicultura en California: notas sobre empleo, trabajo y sociedad rural

Hugo Santos Gómez

[\[Regresar al contenido \]](#)

La carretera 101 recorre de sur a norte gran parte del estado de California. En algunos de sus tramos bordea la costa del Pacífico; en otros se interna algunas millas tierra adentro, sobre colinas ondulantes. Serpenteando entre valles y serranías que en no pocas secciones se vuelcan sobre el océano sin solución de continuidad, esta autopista atraviesa la Costa Central, una de las múltiples regiones vitivinícolas californianas. Las ciudades de Santa Bárbara, al sur, y Monterrey, al norte, podrían figurar como los puntos extremos de esta región productora de vino. El paisaje que se observa es una combinación de pequeñas llanuras y colinas ocupadas por pastizales y viñedos. De tiempo atrás, la ganadería ha sido parte del paisaje productivo de esta zona de California. Sin embargo, de unas cuatro décadas a la fecha la constante expansión de viñedos —a costa de la ganadería— ha transformado sensiblemente los paisajes rurales de la región. Por otra parte, los ricos valles agrícolas de la Costa Central (valles del Pájaro, Salinas, Santa María y otros de menor extensión) son, desde hace más de un siglo, ejemplo de los espacios geográficos en que se ha desarrollado la excepcional agroindustria californiana, que con su gran demanda de fuerza de trabajo ha estimulado el arribo de generaciones de inmigrantes provenientes de diversos lugares del mundo y en el presente de trabajadores provenientes de México, quienes forman su inmensa mayoría.

El desarrollo histórico de la agroindustria en la Costa Central californiana y, en general, el de la agroindustria californiana constituyen el marco en el que se ha desarrollado la industria vitivinícola. En este texto se sugiere que el crecimiento de la agroindustria de la Costa Central permite que la vitivinicultura pueda gozar de acceso a uno de los recursos vitales: la fuerza de trabajo. Una fuerza de trabajo versada en las labores de la moderna agricultura californiana, que ha logrado mecanismos de adaptación y acomodación social

que le permiten asentarse permanentemente en la región y asegurar la provisión de mano de obra para una agroindustria siempre necesitada de trabajadores.

La concurrencia entre el desarrollo de la vitivinicultura y la reestructuración de la agricultura californianas en las últimas cuatro décadas permite sugerir algunas hipótesis de trabajo que ayudan a entender las relaciones entre ambas, especialmente cómo la reestructuración agrícola del estado ha tenido efectos que favorecieron el despegue de la vitivinicultura. Para esto se recurrirá a las propuestas de algunos economistas, como Michael Porter (1998), quien señala la necesidad de concebir el desarrollo de regiones económicas exitosas como resultado de un conjunto de circunstancias locales que estimulándose mutuamente se nutren de insumos para la generación de productos destinados a circuitos de mercadeo mayores. Las regiones en que se producen estas condiciones son denominadas por este autor como *clusters* (conglomerados). También se recurrirá a propuestas provenientes de la geografía económica (Guthey, 2008; Storper, 1997), que sugieren la necesidad de incorporar en estas consideraciones el “factor social”. Es decir, el cúmulo de relaciones que se producen entre los agentes productivos (cooperación, aprendizaje, experiencia compartida, aversión, etc.) y que podrían influir en el desempeño de las regiones en general.

En este sentido, Michael Storper (1997) y Greig Tor Guthey (2008) sugieren incorporar lo que llaman “convenciones agroindustriales”, que definen como “un amplio conjunto de prácticas sociales que podrían ocurrir en determinadas economías y que les proveen con cierto grado de resiliencia, a través de la innovación, la práctica social reflexiva, el contacto cara a cara, permitiendo a los productores responder a las acciones y estrategias de otras personas”.^[1] Guthey (2008) ejemplifica esta propuesta a partir del caso de la agroindustria vitivinícola del norte de California, en donde por la constante interacción entre técnicos vitivinícolas de toda índole (enólogos, gestores de viñedos, contratistas agrícolas, propietarios de viñedos y/o bodegas, etc.) se intercambian conocimientos y experiencias, pero también se comparten espacios laborales, en un constante ir y venir entre una empresa y otra. Sin embargo, debe notarse que si bien es cierto que ambos analistas tratan de dar cuenta de los contextos en donde la agencia de los participantes puede convertirse en factor relevante, dejan esa posibilidad a ciertos estratos profesionales de la vitivinicultura, pero omiten a un segmento crítico en el

funcionamiento de la industria: los trabajadores, o jornaleros agrícolas; es decir, los que se hacen cargo de las labores que mayor esfuerzo requieren (cuidados directos de viñedos, desde que son plantados hasta el momento de la vendimia).

Este texto trata de dar cuenta de esta carencia, abonando a la hipótesis de que una de las condiciones que favorecen el desarrollo de la vitivinicultura de la Costa Central californiana es el acceso expedito a la fuerza de trabajo de los jornaleros agrícolas, de manera que pueda satisfacer su creciente demanda de mano de obra. En especial si se considera que una de las características de la vitivinicultura de esta región es producir vinos de alta calidad,^[2] en cuya elaboración se ha privilegiado la contratación de mano de obra, en contraste con otras regiones vitivinícolas californianas especializadas en la producción de vinos comunes y de bajo precio, en donde la parte sustancial de las labores agrícolas es realizada con concurso de medios altamente mecanizados (Palerm y Santos, 2019).

En este ensayo se da cuenta del desarrollo de la vitivinicultura en el condado de Santa Bárbara, que junto con San Luis Obispo y Monterrey forma el corazón de la región vitivinícola de la Costa Central californiana.

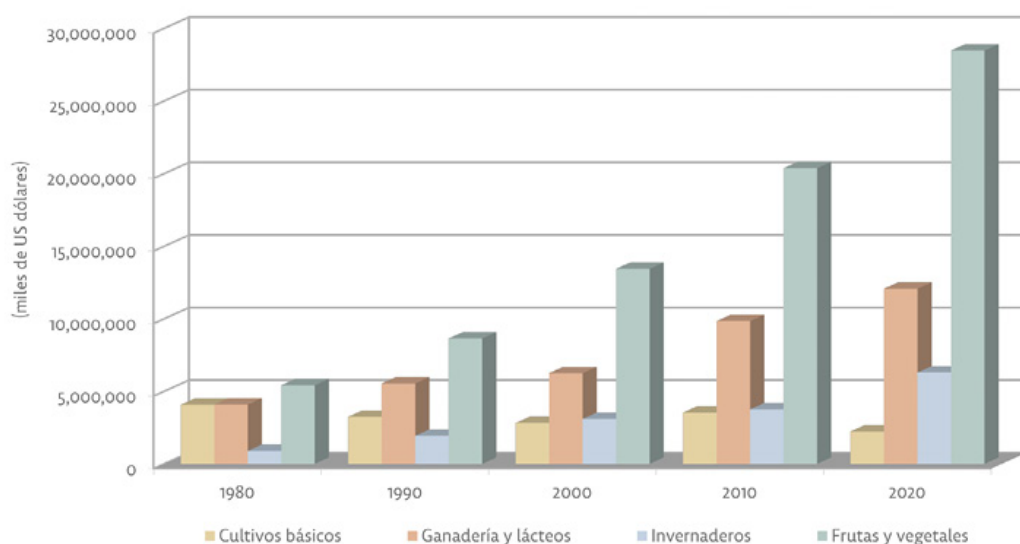
REESTRUCTURACIÓN DE LA AGRICULTURA CALIFORNIANA

Estudiosos del mundo rural californiano (Palerm, 1991; Villarejo, 1989) coinciden en que el cambio radical del patrón de cultivos puede caracterizarse como parte de una profunda transformación de la agricultura californiana. Desde principios de la década de los setenta hubo un cambio gradual pero acelerado de reconversión en el patrón de cultivos en los fértiles campos agrícolas californianos. De esta forma, cultivos altamente mecanizados, como el algodón, la remolacha azucarera, el arroz, la papa, el trigo y otros similares fueron sustituidos de manera progresiva por cultivos de alto valor, fundamentalmente frutas y vegetales. La tendencia histórica a la baja en los márgenes de utilidad de los primeros, comparados con la creciente rentabilidad de los segundos, es sin duda uno de los factores que ayudan a entender los motivos de esta transformación. Esta reintensificación de la agricultura californiana la ha reposicionado como una de las industrias líderes en el panorama económico y productivo del estado. En la actualidad, las frutas y los vegetales californianos proveen de consumibles no sólo a la creciente demanda

de productos frescos en el mercado estadounidense, sino también a un mercado global igualmente ávido de frutas y vegetales frescos.

La gráfica 1 es una imagen clara de lo que estos cambios representan en términos del valor de la producción agrícola californiana.

Gráfica 1
California: Valor de la producción agrícola



Fuente: California Department of Food and Agriculture. Reportes estadísticos anuales, disponibles en <<https://www.cdfa.ca.gov/Statistics/>>.

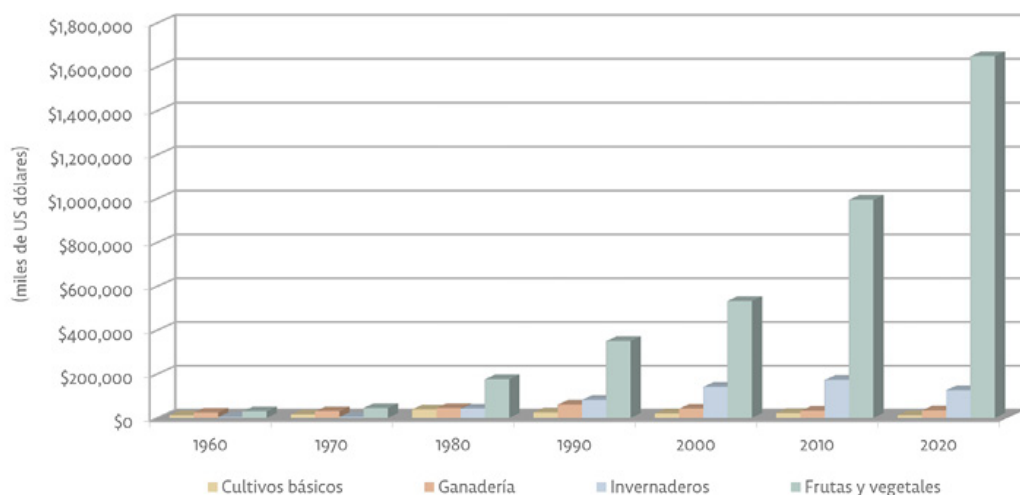
Como puede apreciarse en la gráfica, la proporción de cultivos básicos (*field crops*) muestra un decrecimiento histórico que se hace notorio desde los años ochenta, aunque es preciso añadir que este declive viene de décadas atrás, pues pasó de representar 28% en 1980 a apenas 5% del valor de la producción agrícola californiana en 2020. De una manera menos acentuada, la producción de ganado, lácteos y aves (*livestock, dairy, poultry*) pasó de significar 37% en 1980 a 24% en 2020. Cabe hacer notar que a pesar de su menor importancia relativa con respecto al conjunto “frutas y vegetales”, la agroindustria californiana vinculada a la producción de lácteos es la mayor de su tipo en Estados Unidos por volumen y la que genera más valor dentro del conjunto de la producción agrícola del estado. Cabe mencionar también que la producción de uva para vino, y el desarrollo de viñedos, es por sí misma líder en términos de valor relativo con respecto a la producción agrícola estatal. De hecho, a la fecha, es uno de los diez cultivos de mayor valor de California. No obstante, lo

que importa destacar para los fines de este ensayo es el notable despegue de los cultivos de frutas y vegetales, pues pasaron de 37% en 1980 a 58% en 2020. A esto se suma el también notable incremento en los productos de invernadero y floricultura (*nursery and others*[3]), cuya demanda de mano de obra es muy significativa. Estos últimos pasaron de representar 6% en 1980 a 13% del valor total de la agricultura de California en 2020.

Más allá del incremento en cada categoría de producción agrícola, lo que debe destacarse es que los productos con el mayor crecimiento son los que requieren de una mayor participación de fuerza de trabajo directa, que son en gran medida los cultivos que se encuentran detrás de la creciente demanda de trabajadores.

En el condado de Santa Bárbara, a pesar de no formar parte del grupo de condados de mayor peso en la agricultura estatal,[4] el desarrollo de la agricultura ha seguido caminos paralelos al desarrollo agrícola californiano. La gráfica 2 es ilustrativa de este patrón para observar el crecimiento histórico del cultivo de frutas y vegetales, así como de cultivos en invernadero, en contraste con el crecimiento limitado, e incluso decrecimiento, de los cultivos básicos y la producción ganadera, lechera y avícola. Como se señaló, el primer grupo de cultivos es el que genera, con mucho, la mayor demanda de fuerza de trabajo y explica la emergencia de comunidades de trabajadores agrícolas en las inmediaciones del condado. En este sentido, el desarrollo de viñedos es uno de los que integran el selecto grupo de cultivos que mayor valor aportan a la producción agrícola del condado.

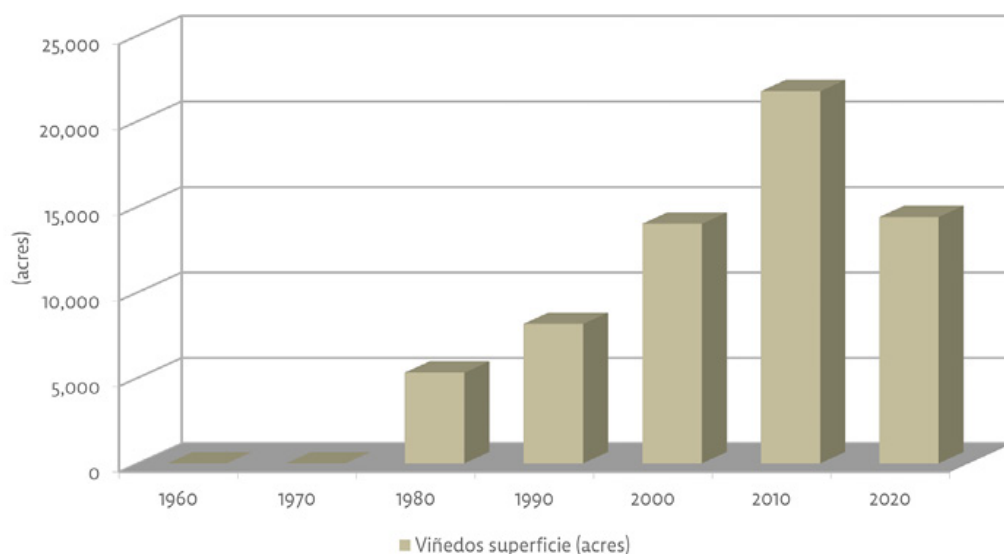
Gráfica 2
Condado de Santa Bárbara: Valor de la producción agrícola



Fuente: Reporte de cultivos del condado de Santa Bárbara. Disponible en <https://www.countyofsb.org/469/Crop-Reports> (consulta: 22 de junio de 2022).

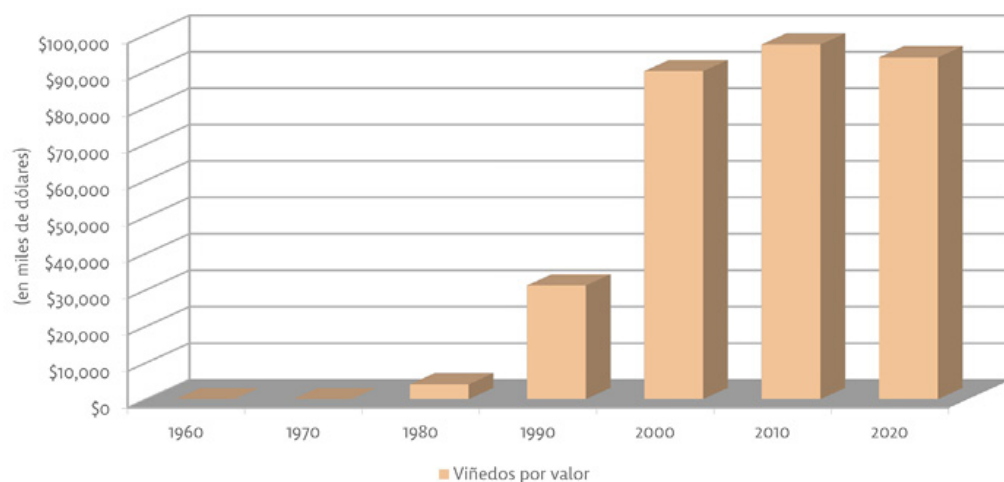
El cultivo de uva para vino ha tenido, desde la década de los noventa, un crecimiento consistente, al punto de colocarlo entre los diez cultivos de mayor valor en el condado. Las gráficas 3 y 4 muestran el desarrollo de la vitivinicultura en las últimas décadas. Puede observarse que por su crecimiento pasó de ser un cultivo marginal en la década de los sesenta a ser uno de los de mayor valor en el condado. A este desarrollo debe sumarse el hecho de que la uva producida en Santa Bárbara, dadas sus favorables condiciones eco-geográficas, se dedica en general a la elaboración de vinos de alta calidad. Como se verá más adelante, esto ha tenido efectos en la demanda de fuerza de trabajo agrícola.

Gráfica 3
Condado de Santa Bárbara, 1960-2020: Superficie de los viñedos



Fuente: Crop Reports. Agriculture/Weights & Measures Department. County of Santa Barbara. Disponible en <<https://www.countyofsb.org/469/Crop-Reports>> (consulta: 22 de junio de 2022).

Gráfica 4
Condado de Santa Bárbara, 1960-2020: Valor de los viñedos



Fuente: Crop Reports. Agriculture/Weights & Measures Department. County of Santa Barbara. Disponible en <<https://www.countyofsb.org/469/Crop-Reports>> (consulta: 22 de junio de 2022).

INTENSIFICACIÓN DE LA DEMANDA DE TRABAJADORES AGRÍCOLAS

Uno de los efectos más visible del cambio en el patrón de cultivos de la agricultura californiana, o la reestructuración de la agricultura —como lo han denominado varios estudiosos del tema (Palerm, 1991; Villarejo, 1989)—, es el que remite al considerable incremento en las necesidades de la fuerza de trabajo que demandan los productos vinculados a esta reestructuración, en general frutas y vegetales. En tanto que los productos antes dominantes se mecanizaron a gran escala, y en gran medida fueron desplazados a otros estados, la mecanización de los nuevos ha presentado grandes desafíos que sólo se han resuelto de forma parcial.

La remolacha azucarera, que llegó a despuntar en la actividad agro-productiva de Santa Bárbara, es un ejemplo representativo de los cultivos desplazados por la reestructuración agrícola. Durante la primera mitad del siglo XX, este cultivo dominaba en los fértiles suelos del Valle de Santa María —la zona agrícola más productiva del condado—. El enorme ingenio, en ruinas actualmente, en donde se procesaba el tubérculo es testigo de la relevancia que alcanzó. Hasta los últimos años de la década de los treinta, previo al inicio de la segunda guerra mundial, la cosecha de la remolacha se realizaba en gran medida de forma manual. El arribo de inmigrantes japoneses fue una forma de solucionar las necesidades de mano de obra generadas fundamentalmente para su cosecha. Sin embargo, es a partir de esos años cuando la mecanización del cultivo comenzó a ser aplicada a gran escala. Entre 1924 y 1950, la reducción en el número de horas/hombre de trabajo por acre de cultivo pasó de 115 a 58, en tanto que el rendimiento por hectárea pasó, en el mismo periodo, de nueve a 15 toneladas por acre. Esto es, la fuerza de trabajo necesaria para el cultivo se redujo en 50%, en tanto que el rendimiento productivo se incrementó en 40% (Smith, 1950).

Al paso de los años, el cultivo de remolacha en la zona fue disminuyendo progresivamente, al punto que ya desde principios de los años setenta el ingenio se vio precisado a importar el tubérculo de otras regiones del estado e incluso de otros estados para poder refinar azúcar y mantener la rentabilidad de sus instalaciones. Finalmente, a principios de los años noventa, el ingenio cesó sus operaciones (Welly, 2021). De manera paralela al ocaso del cultivo de la remolacha y el paro de la refinería de azúcar, el Valle de Santa María, y la agricultura en su conjunto, experimentó una gradual pero rápida transformación, convirtiendo la producción de frutas y vegetales en la vocación agro-productiva del condado. Esta transformación supuso el incremento

sustancial de las necesidades de fuerza de trabajo en los campos. La mayor parte de los vegetales y frutas que dominan hoy en día la agricultura del condado requieren de considerablemente más fuerza de trabajo que los cultivos mecanizados, como es el caso de la remolacha azucarera.

La fresa, por ejemplo, es con mucho el cultivo que mejor ejemplifica la transición agrícola; mejor dicho, la reestructuración agrícola ocurrida en amplias regiones de California. Ya desde la mitad de los años ochenta la fresa se ha convertido en el cultivo que año con año más ha contribuido al valor total de la agricultura de Santa Bárbara. De hecho, en 2020 significó 40% del valor total de la producción agrícola del condado y en ese año representó 1,819 millones 198 mil dólares. El dato cobra relevancia si se considera que la fresa es el cultivo que requiere de la mayor cantidad de la fuerza de trabajo. De acuerdo con estudios realizados (Mamer y Wilkie, 1990) a finales de los años ochenta, la fresa requería de entre 1,200 y 1,600 horas de trabajo/jornalero por acre de cultivo al año. Cabe mencionar que esta cifra se ha considerado conservadora y hay estudiosos que sugieren que la cantidad de horas/jornalero por acre estarían por encima de las tres mil anuales (Palerm, 1994).

A manera de comparación, podría verse el caso del cultivo de viñedos y sus requerimientos de fuerza de trabajo. En un reporte realizado hacia finales de los años noventa, se determinó que la uva para vino (tal y como se cultiva en la mayor parte del condado, esto es, realizando cosechas y otras tareas de cuidado y mantenimiento de viñedos de forma manual) requiere de aproximadamente 110 horas/jornalero al año por acre (Haley, 1989). El cultivo de uva para vino creció de manera notable en las últimas décadas, al punto de que actualmente se encuentra entre los cinco cultivos de mayor valor en el condado (Agricultural Commissioner, 2021). Es importante considerar que este número de horas promedio es aproximado; para una estimación más precisa, deben contemplarse al menos los siguientes factores: 1. La considerable diferencia en horas/acre/hombre al año entre viñedos en los que se realizan cosechas por medios mecanizados y los que optan por la contratación de jornaleros. John Mamer y Alexa Wilkie (1990) estimaron que en viñedos mecanizados la cifra podría estar alrededor de las 80 horas/acre/hombre al año; 2. En el caso de Santa Bárbara, en la mayor parte de los cultivos de uva para vino se favorece la contratación de fuerza humana de trabajo en vez de recurrir a medios mecanizados, especialmente durante las cosechas o vendimias; 3. Asimismo, la cantidad de horas/acre/hombre al año puede variar considerablemente,

dependiendo de las variedades de uva de que se trate. Por ejemplo, la recolección de uvas tipo chardonnay es menos exigente en el manejo y cuidado de la fruta a la hora de cosechar que otras, como la pinot noir, que requiere de un manejo especializado tal que hasta la fecha no se operan las cosechas de forma mecanizada, para evitar el riesgo de dañar la calidad del fruto.

La reestructuración de la agricultura californiana y su expresión en Santa Bárbara implica no sólo el cambio de patrones de cultivo, sino también de las fronteras agrícolas, que ocupan áreas previamente dedicadas al pastoreo de ganado. Esta expansión se explica principalmente por la introducción de viñedos en zonas de somontano, cañadas y colinas ubicadas principalmente en la zona norte del condado. Esto es, independientemente de que los viñedos pudieran mecanizar sus operaciones de manera generalizada en el futuro, la apertura de viñedos ha requerido del concurso de abundante mano de obra, sobre todo si se compara con la escasa proporción de fuerza de trabajo humana que demanda la ganadería extensiva. Esto último puede deducirse al revisar nuevamente la gráfica 2, para observar que, en términos del valor de la producción agrícola total del condado, la importancia relativa de la ganadería pasó de representar un poco más de un tercio en 1960 a apenas 2% en 2020. Es decir, independientemente de que la mecanización del cultivo de viñedos pudiera extenderse o no —o lo haga en proporciones variables—, la reconversión de tierras de ganadería extensiva a viñedos ha generado mayor demanda de trabajadores.

Con frecuencia, los agricultores expresan la creciente necesidad de trabajadores y se lamentan de no poder contratarlos en la cantidad suficiente y en los tiempos y calendarios en que los requieren. Precisamente, es entre los viticultores que se externa de manera constante el desaliento por las dificultades para encontrar a los trabajadores que requieren sus operaciones. Esto estimula el debate sobre el papel que la mecanización o el trabajo humano directo tienen en el manejo de los viñedos y la calidad de los vinos producidos con los frutos logrados. Ante este interminable debate acerca de los supuestos beneficios potenciales de la mecanización y automatización de las operaciones agrícolas, y de esta manera disminuir sustancialmente la necesidad de jornaleros en los campos de cultivo, es necesario considerar que si bien existen cultivos altamente susceptibles de ser mecanizados (los cultivos básicos, como los granos de consumo masivo: trigo, maíz, arroz, sorgo, etc.), hay otros que pueden serlo parcialmente (como las almendras y los pistaches), y la uva para

vino podría ser un caso similar en términos de su adaptabilidad a los medios mecánicos.

Lo cierto es que diversos cultivos comerciales, en la práctica, son potencial y/o parcialmente mecanizables, dependiendo del contexto ecológico en el que cada cultivo se produce. Sin embargo, además de las complejidades propias de generar un tipo de tecnología agrícola que pudiera prescindir de los trabajadores, es importante considerar que los costos financieros sean manejables. Patrick Baur y Alaistar Iles (2022) argumentan que las posibilidades de mecanización y/o automatización de las operaciones agrícolas confrontan serias limitaciones que o bien la impidan o bien eleven sus costos de tal forma que harían incosteable aplicarlas. Estos autores sugieren que la mecanización/automatización de la agricultura se sustenta en un conjunto de convenciones agroindustriales (Guthey, 2008) que sin considerar sus costos ecológicos y sociales se asumen como un proceso factible cuya adopción sólo es cuestión de tiempo.

Estimulada por la reestructuración agrícola, la demanda de trabajadores continúa un crecimiento ascendente. A la fecha, se estima que el número de trabajadores agrícolas es de aproximadamente 1.1 millones de personas, distribuidas a lo largo y ancho de la geografía agrícola californiana (Khan, Martin y Hardiman, 2003). En el caso del condado de Santa Bárbara, se ha estimado, con base en registros federales de empleo (Rural Migration News, 2022), que el número aproximado de empleos agrícolas es de 25 mil. Sin embargo, dado que el préstamo de claves del seguro social entre trabajadores es una práctica común entre jornaleros, esta cifra podría duplicarse, lo que significa que podría ascender a cerca de 50 mil individuos que se emplean en distintas combinaciones de cultivos (fresas, viñedos, vegetales) y temporalidades propias de cada uno, ya por periodos cortos o de varios meses de duración. Algunas estimaciones[5] en los condados vecinos de Santa Bárbara y San Luis Obispo sugieren que la vitivinicultura en ambos genera poco menos de 20 mil empleos en los viñedos en distintas temporadas del año, que coinciden con las operaciones típicas del cultivo (vendimias, podas, etc.). No se tiene información que permita conocer qué proporción de esta cifra correspondería a cada condado. Por otra parte, dado que las regiones vitivinícolas de ambos condados se encuentran muy cercanas y sus jornaleros pueden trabajar con gran facilidad en cualquiera de las dos, una estimación más

precisa requeriría de información que no fue posible obtener —si es que existe— para este texto.

Una de las propuestas de solución a los requerimientos de mano de obra es reactivar los mecanismos legales de contratación de trabajadores migrantes temporales. En los últimos años se ha recurrido a la contratación de trabajadores temporales migrantes internacionales con visados conocidos como H-2A. Con este visado se espera que los trabajadores permanezcan en los cultivos sólo por un tiempo determinado (nunca mayor a diez meses al año), al final del cual deberán regresar a su lugar de origen, quedando abierta la posibilidad de retornar al país con sus mismos empleadores u otros que los requieran. Estos visados han sido utilizados en gran proporción en regiones agrícolas del sur de Estados Unidos (Florida, Georgia, Carolina del Norte, etc.) (Martin y Rutledge, 2022). En el caso californiano, en 2020 se registró la contratación de poco más de 25 mil trabajadores migrantes portadores de visados H-2A, una proporción significativamente menor a la del número de trabajadores que laboran, con y sin documentos, en los campos californianos (estimados en aproximadamente 1.1 millones de personas). En el caso del condado de Santa Bárbara, en 2020 se tenían registrados poco más de 1,400 jornaleros con visados H-2A, apenas 6% del total estimado de empleos agrícolas existentes (25 mil aproximadamente) y 3% del número de trabajadores individuales (estimados en alrededor de 50 mil). Tanto en California como en el propio condado de Santa Bárbara se ha recurrido a los visados H-2A de forma limitada. Es posible que algunos de los requerimientos de este tipo de visados (como otorgar vivienda a los trabajadores, entre otros) tengan efectos disuasivos para los empleadores que aun cuando expresen con frecuencia la necesidad de jornaleros en sus campos, prefieran recurrir a la oferta de trabajadores que ya residen en las inmediaciones de las regiones agrícolas. Esto es lo que sugiere el escaso número de visados H-2A otorgados tanto en Santa Bárbara como en el estado California en general.

OFERTA DE EMPLEO Y ESTABILIZACIÓN DE LA FUERZA DE TRABAJO

Un aspecto que debe tenerse en cuenta al considerar la reestructuración de la agricultura californiana, incluida desde luego la que se practica en el condado de Santa Bárbara, es que ésta ha implicado no sólo el cambio radical del patrón

de cultivos, especialmente hacia la producción de frutas y vegetales, y su correspondiente incremento en los requerimientos de fuerza de trabajo, sino que los distintos ciclos productivos en cada cultivo se presentan en distintas temporadas del año y por lo tanto sus necesidades de mano de obra se acentúan de manera diferencial. En el caso de Santa Bárbara, esto podría ejemplificarse con la fresa, las uvas para vino, la coliflor y el brócoli —algunos de los de mayor valor del condado (cuadro 1).

Cuadro 1
Temporadas de mayor demanda de jornaleros por cultivo

<i>Cultivo</i>	<i>ene</i>	<i>feb</i>	<i>mar</i>	<i>abr</i>	<i>may</i>	<i>jun</i>	<i>jul</i>	<i>ago</i>	<i>sep</i>	<i>oct</i>	<i>nov</i>	<i>dic</i>
Fresa		x	x	x	x	x	x	x	x	x		
Coliflor	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Brócoli	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Uva					x	x	x	x	x	x		

Fuente: California Agricultural Statistics Review, 2020-2021.

El cuadro 1 es una representación muy simplificada de las temporadas de mayor demanda de trabajadores en los cultivos. Esto es, considera esencialmente las temporadas de cosecha en cada cultivo; deja fuera otras temporadas importantes relacionadas con los cuidados y el mantenimiento (podas, adelgazamiento de frutos, preparación de terrenos etc.). También es necesario considerar que algunos cultivos requieren menos trabajo que otros, pero las labores se distribuyen más o menos igual a lo largo del año. Esto se aplica en los casos de vegetales, como la coliflor y el brócoli, que son cosechados de dos a cuatro veces al año, pero las labores de cuidado y mantenimiento requieren de su realización constante. El empleo en estos cultivos se intensifica en las cosechas, pero dado que se hacen varias veces al año, igual que el resto de las tareas de mantenimiento y cuidado, ofrecen trabajo anual, aunque intermitente, a los jornaleros. El caso de la fresa es particular, pues además de ser el que con mucho aporta más al valor del producto agrícola del condado, es el cultivo que demanda mayor número de trabajadores a lo largo de su ciclo (Palerm, 1994). Gracias a la aplicación de desarrollos bio-tecnológicos, la producción de fresa es prácticamente continua en gran parte del año. Hay variedades de este fruto en que un ciclo productivo es seguido de inmediato por el siguiente.

El caso de la uva para vino, además de ser uno de los cultivos más importantes del condado, también demanda una cantidad importante de trabajadores. A diferencia de la vid que se produce en otras regiones del estado, como el Valle de San Joaquín, en donde la producción de uva para vino se encuentra fundamentalmente mecanizada, en condados de la Costa Central, como Santa Bárbara —donde el cultivo de uvas se destina en gran medida a la producción de vinos de calidad premium—, las labores en los viñedos se realizan mayormente con mano de obra.

Con frecuencia se publican reportajes acerca de desarrollos tecnológicos, sobre todo con los que se pueda sustituir a los trabajadores. Cosechadoras mecánicas capaces de hacer lo mismo, pero con menos gente y en menor tiempo, y otros ingeniosos productos tecnológicos (*Wine Business*, 2016). De hecho, existe un debate sobre la factibilidad de recurrir al uso de cosechadoras mecánicas y solucionar de una vez por todas uno de los cuellos de botella de la viticultura local: el acceso a la mano de obra en el momento de mayor necesidad de gente en los viñedos; esto es, durante las cosechas. Esta discusión está presente no sólo en el ámbito de la vitivinicultura, sino en el contexto de la agroindustria californiana en general. Hay evidencia de que pese al avance en innovaciones tecnológicas y biotecnológicas la demanda de trabajadores del campo ha crecido de forma considerable (Palerm, 2014). Una situación que ilustra el dilema que enfrenta el productor a la hora de optar por mecanizar o no las operaciones agrícolas se muestra con claridad durante las vendimias. La producción de vinos de alta calidad requiere de una gran selectividad para determinar las características que debe mostrar la fruta a ser recolectada, lo que ha sido complicado de resolver con tecnología automatizada. Además, no todas las máquinas están equipadas para operar eficientemente en viñedos ubicados en colinas de pendientes pronunciadas o terrenos de superficie irregular.

Si bien las opiniones no son homogéneas, predominan las que se inclinan por mantener la contratación de trabajadores y evitar la mecanización y la automatización como una forma de alcanzar altos estándares de calidad. Por ejemplo, uvas de variedades particulares, como las pinot noir, con las que se elabora uno de los vinos más característicos de la zona de Santa Bárbara, y en general de la costa central californiana, constituyen un caso relevante que pone de manifiesto la importancia de contratar trabajadores. Algunos productores son cuidadosos en extremo, al punto de que al momento de la cosecha procuran que el corte de la uva se realice sin separarlo del racimo, algo aparentemente

simple pero que hasta el momento las cosechadoras mecánicas no han resuelto satisfactoriamente.

Como lo muestra Manuel Hernández (2012) para el caso del trabajo en la producción de uvas de mesa en el valle de San Joaquín, corazón de la gran agroindustria californiana, la cosecha del fruto no es un proceso que pueda realizarse de forma homogénea, sino que el grado de maduración, tamaño, forma y coloración de los racimos puede variar de acuerdo con los requerimientos de calidad de los compradores, y esto cambia de acuerdo con las distintas variedades de uva existentes. Tanto en la uva de mesa como en algunas variedades de la uva para el vino, las cosechas diferenciales —es decir, las calidades específicas y la variabilidad a la que los requerimientos del mercado las condicionan— siguen siendo uno de los desafíos que no se han podido resolver de manera eficiente y a un costo accesible con la mecanización. Esto induce a que los viticultores muestren preferencia por la contratación de mano de obra ciertamente experimentada:

la aparente posibilidad de utilizar cualquier tipo de mano de obra no depende exclusivamente de la relativa sencillez de las tareas, y se relaciona con algunas prácticas que modelan la fuerza de trabajo en este sector. Aunque las condiciones de empleo se establecen a diario, no se establecen en un vacío social ni se escriben sobre una tabula rasa. Gracias al aprendizaje informal, la experiencia y la organización laborales basadas en las relaciones personales, los productores tienen a su disposición una mano de obra que se ajusta a sus necesidades, reduciendo los costos de capacitación y supervisión. Los trabajadores, por su parte, encuentran oportunidades diferenciales (Hernández, 2012: 84).

Todo esto contribuye a que la moderna agricultura californiana actual procure disponer de una mano de obra adecuada a sus requerimientos; es decir, flexible para responder a la estacionalidad diferencial de sus cultivos, pero con contingentes estables, accesibles y capacitados para tareas delicadas. De igual manera, una de las condiciones que han favorecido el desarrollo de la vitivinicultura de la Costa Central californiana es el acceso expedito a la fuerza de trabajo de los jornaleros agrícolas. Esto es especialmente relevante si se considera que una de las características de la vitivinicultura de esta región es la elaboración de vinos de alta calidad, en cuya producción se ha priorizado la contratación de mano de obra, especialmente aquella que cuenta con experiencia en el trabajo.

Con estos ejemplos puede apreciarse que el calendario anual de oferta de trabajo para jornaleros agrícolas se extiende a prácticamente todo el año. Así, cuando el empleo en un cultivo disminuye o se termina, la gente se contrata en otros cultivos. El incremento de la demanda de trabajadores agrícolas y la existencia de temporadas de empleo en distintas épocas del año es útil para explicar la sedentarización de una gran proporción de trabajadores agrícolas en condados como Santa Bárbara. La imagen del trabajador trashumante, típica de los primeros dos tercios del siglo XX ya no refleja la realidad del empleo agrícola en California ni en regiones como Santa Bárbara.

Lo que se ha denominado *proceso de sedentarización de la fuerza de trabajo agrícola* (Palerm, 1991) puede verse reflejado en la transformación demográfica de los asentamientos rurales y las ciudades pequeñas contiguas o situadas en el corazón de las regiones agrícolas, como Santa Bárbara. Este proceso apunta hacia la formación de un proletariado rural estable que responde a un mercado de trabajo que demanda mano de obra de manera continua. La movilidad constante de los jornaleros desplazándose de un lado a otro de la amplia geografía agrícola ya no es una constante entre los asalariados del campo. Dada la alta demanda de fuerza de trabajo y la diversidad de cultivos que se producen en las regiones agrícolas, los jornaleros —otrra móviles— ahora se desplazan a campos ubicados en las proximidades de sus lugares de residencia entre un cultivo y otro, entre un empleador y otro, en un calendario diversificado que cubre gran parte del año (Palerm y Santos, 2019).

En las localidades próximas a las zonas agrícolas de Santa Bárbara, como Santa María y Guadalupe, se puede observar que su evolución demográfica se da en consonancia con la reestructuración agrícola. La población de ambas localidades no sólo ha recuperado el ritmo de crecimiento demográfico, sino que la proporción de población hispana —la que se ocupa sustancialmente en el campo— radicada allí se ha incrementado de una manera notable. Así, Santa María, ubicada en el corazón del valle del mismo nombre, pasó de 40 mil habitantes en 1980 a casi 110 mil en 2020. En tanto que la proporción de población hispana paso de 33.5% a 77.4%, respectivamente. De manera similar, la pequeña localidad de Guadalupe, también ubicada en las inmediaciones del Valle de Santa María, paso de 3,629 habitantes en 1980 a 8,057 en 2020, y la proporción de población hispana paso de 74.8% a 88.2% en el mismo periodo. Es menester señalar que Guadalupe ha sido desde principios del siglo XX lugar de asiento, ya permanente ya transitorio, de los numerosos grupos de

jornaleros agrícolas que cultivaron los campos del Valle de Santa María. En distintas proporciones y en distintos momentos, trabajadores provenientes de China, Japón, Filipinas y, más recientemente, México, hicieron de Guadalupe su puerto de llegada al mundo del trabajo agrícola en Estados Unidos. Las primeras oleadas serían desplazadas y sustituidas por otras hasta el presente, en que la presencia de trabajadores mexicanos se convirtió en la más numerosa y la que provee de manera sustancial la fuerza de trabajo necesaria para los cultivos del valle. El cuadro 2 ofrece una imagen de los cambios demográficos de los últimos años en ambas localidades.

Cuadro 2
Cambios demográficos en Santa María y Guadalupe, California,
1970-2020

<i>Santa María</i>	<i>Población</i>	<i>Hispana %</i>	<i>Guadalupe</i>	<i>Población</i>	<i>Hispana %</i>
1970	32,749	29.9	1970	3,145	67.4
1980	39,685	33.5	1980	3,629	74.8
1990	61,284	45.7	1990	5,479	83.0
2000	77,113	59.4	2000	5,653	84.1
2010	99,553	70.4	2010	7,080	86.2
2020	109,707	77.4	2020	8,057	88.2

Fuente: United States Census Bureau.

Los números y las proporciones presentados en el cuadro 2 dan una idea aproximada del cambio demográfico radical característico de las localidades próximas a las regiones agrícolas californianas. Las que aparecen aquí, localizadas en el centro agro-productivo del condado de Santa Bárbara, son una muestra clara de estos cambios. De forma indirecta, dejan entrever otro cambio también radical, el progresivo decrecimiento de la población angloamericana, en lo que comúnmente se conoce como el *white flight*. En el caso de Guadalupe, comenzó como asentamiento rural fundado en el último tercio del siglo XIX por inmigrantes suizo-italianos dedicados en gran medida a la producción de lácteos; a los pocos años, con el advenimiento de la agroindustria, las granjas lecheras fueron desplazadas por cultivos más rentables, cuyas operaciones favorecieron la concentración de la tierra en un cada vez más reducido número de agricultores y corporaciones agrícolas. Los jornaleros encargados de realizar las labores se irían asentando inicialmente en lo que fueron los márgenes del pueblo. Primero de forma temporal y al paso del tiempo de manera

permanente. Así, pasaron por Guadalupe trabajadores de origen chino, japonés, filipino y, finalmente, mexicano, que a la postre se convirtieron en el segmento más numeroso del lugar (García, 1992). Por su parte, Santa María, el mayor asentamiento humano del valle (y a su vez la localidad con el mayor número de habitantes del condado), pasaría por un proceso similar y al paso del tiempo se convirtió en el lugar de residencia de una gran proporción de los trabajadores que laboran en los campos contiguos y los viñedos que rodean al valle por casi todos sus lados. En ambas localidades, la población hispana se ha incrementado de manera significativa, al punto de ser el segmento poblacional de mayor peso demográfico.

Estas transformaciones demográficas, lejos de ser triviales, son parte de un proceso mayor que implica el arribo de numerosas oleadas de trabajadores agrícolas, fundamentalmente mexicanos, atraídos por las oportunidades de empleo producidas por el cambio de patrones de cultivo, los cuales requieren abundante mano de obra.

El cambio en la naturaleza del empleo agrícola pasó de ser un trabajo que requería de la constante movilidad de los jornaleros agrícolas —entre un campo y otro, entre una región agrícola y otra, siguiendo las cosechas a lo largo de la extendida geografía agrícola californiana— a su paulatina estabilización en las numerosas localidades rurales ubicadas en las proximidades de las zonas agrícolas, en donde la sucesión de temporadas de mayor demanda de trabajadores o de alto empleo en los cultivos ha favorecido el asentamiento permanente y ha facilitado desde allí su desplazamiento a campos próximos en los que las temporadas de empleo se siguen una a otra, dependiendo del cultivo de que se trate, maximizando las oportunidades de empleo a lo largo del año.

Uno de los efectos más notables de la reestructuración de la agricultura — como se argumenta en este ensayo— es el crecimiento de la demanda de trabajadores, para que puedan hacerse cargo de los cultivos que predominan en los fértiles campos californianos. Junto con esta transformación, en los patrones de cultivo también debe considerarse la ampliación de los calendarios de empleo agrícola, pues la diversidad de cultivos ha provocado que las temporadas de alto empleo rural, señaladamente las cosechas, se distribuyan en distintas épocas del año. El condado de Santa Bárbara constituye un ejemplo palpable de este proceso. En sus valles, cañadas y colinas se alternan cultivos que requieren de importantes contingentes de jornaleros que a un tiempo laboran en los campos de fresa, coliflor, brócoli, lechuga, apio y otros cultivos

más, característicos del Valle de Santa María, o bien, en otros momentos, en los viñedos que se despliegan por colinas y cañadas, en donde su trabajo es vital en el interminable intento por procurar uvas que den lugar a vinos de calidad premium, por los cuales son cada vez más apreciados los producidos en la comarca. De esta forma, los cambios en los patrones de cultivo, la expansión de las necesidades de fuerza de trabajo agrícola y la ampliación de las temporadas de empleo operan en favor de la estabilización de los jornaleros en las proximidades de las regiones agrícolas, quienes, a diferencia de lo que sucedía hace apenas algunas décadas, ya no migran de una región agrícola a otra, recorriendo de sur a norte los fecundos campos californianos, siguiendo las cosechas una tras otra. Ya desde finales de los años setenta e inicios de los ochenta eran visibles las señales de la progresiva estabilización o, mejor dicho, sedentarización de la otrora móvil fuerza de trabajo (Palerm, 1991). El proceso de estabilización de la fuerza de trabajo, de los jornaleros agrícolas y sus familias, en el caso concreto del condado Santa Bárbara y su sector agrícola, puede entreverse en los datos contenidos en el cuadro 2.

SEDENTARIZACIÓN Y FORMACIÓN DE NUEVAS COMUNIDADES RURALES

La progresiva estabilización de la fuerza de trabajo agrícola ha sido acompañada de una cauda de transformaciones en la sociedad rural californiana. Localidades que habían sido mayormente habitadas por población angloamericana se han convertido en lugares de mayoría hispana, principalmente de origen mexicano. En muchos casos se ha revertido el progresivo deterioro de las infraestructuras urbanas generado por el retiro de los grupos de población previamente predominantes (granjeros y pequeños comerciantes angloamericanos) y la base de impuestos que su presencia generaba. De esta manera, las infraestructuras urbanas (calles, distritos comerciales, escuelas, centros deportivos y sociales, etc.) se han ido recuperando poco a poco. Por ejemplo, en el caso de Guadalupe la infraestructura urbana ya desde finales de los cincuenta iría deteriorándose lenta pero progresivamente. Los numerosos establecimientos comerciales que flanqueaban la calle principal fueron cerrándose o bien se trasladaron a otras localidades. Al paso de los años, el paisaje urbanístico del pueblo se fue

transformando. Cada vez más, establecimientos comerciales (muchos de ellos de naturaleza familiar) comenzarían a cerrar sus puertas.

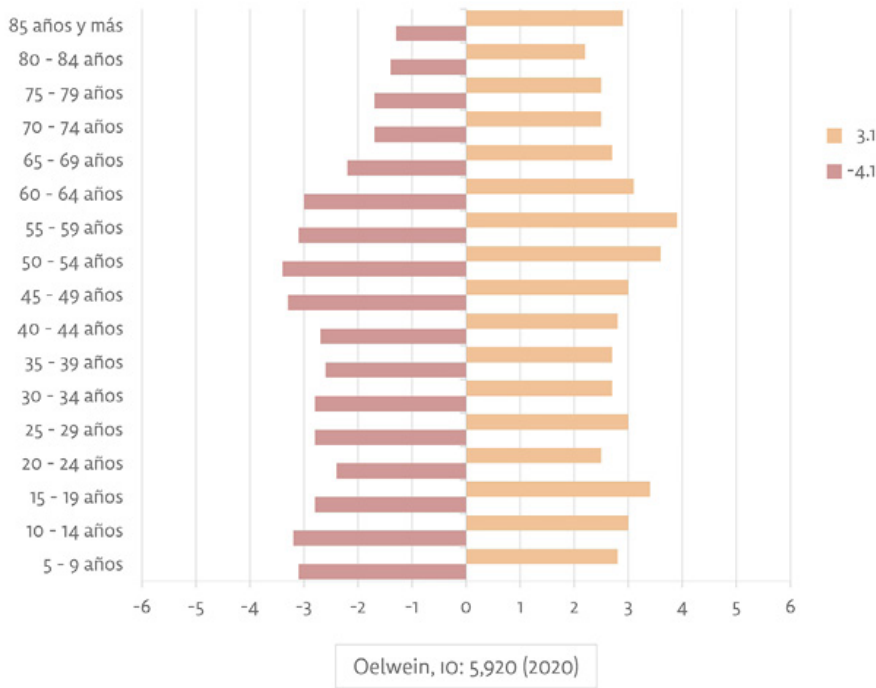
En algún momento la cantidad de comercios tapiados —esto es, locales comerciales cuyas puertas y ventanas eran cubiertas con placas de madera— pasarían de ser la excepción a ser la regla. Sin embargo, al irse estabilizando la permanencia de los nuevos pobladores, el distrito comercial comenzó a dar señales de resurgimiento. Poco a poco, en un fenómeno ya visible a inicios de los años ochenta, se fueron abriendo nuevos comercios, cuyo cometido era atender las necesidades y preferencias de los nuevos residentes. Zonas de la localidad que daban albergue a trabajadores migrantes, esto es, que sólo permanecían en el lugar por breve tiempo, fueron demolidas para dar lugar a la construcción de viviendas de tipo unifamiliar. Otra esfera de visibilidad de los nuevos residentes se da en la integración a los aparatos de representación pública, ya fuera en los consejos de gobierno local o la administración de escuelas y otros. La ubicuidad de apellidos de origen hispano es ahora la regla y no la excepción.

De hecho, Guadalupe podría ser un muestrario de las transformaciones por las que están atravesando decenas de asentamientos de trabajadores agrícolas dispersos por la dilatada geografía agro-productiva californiana. Estas transformaciones no sólo se manifiestan en la renovación de infraestructuras urbanas, sino que las formas de organización social también se han transformado. Así, la emergencia de novedosas formas de organización de lo que podría denominarse “sociedad civil” se encuentran también en localidades como Guadalupe; esto es, la formación de agrupaciones que promueven el tratamiento de asuntos de interés general o público. Ejemplo de esto es la formación de ligas deportivas de fútbol, que además de proveer oportunidades para practicar deportes a una gran cantidad de aficionados infantiles, jóvenes y adultos, se organizan para señalar ante las autoridades locales que deben invertir recursos públicos en la construcción y adecuación de instalaciones deportivas apropiadas (Santos-Gomez, 2014) y con esto promueven la modificación de espacios públicos.

Un aspecto mencionado antes se refiere a la estructura demográfica de los asentamientos rurales característicos de las zonas agro-productivas californianas. Debido al relativamente reciente proceso de sedentarización de la fuerza de trabajo, la sociedad rural vinculada a la agroindustria californiana se distingue de las que existen en otras regiones agrícolas de Estados Unidos

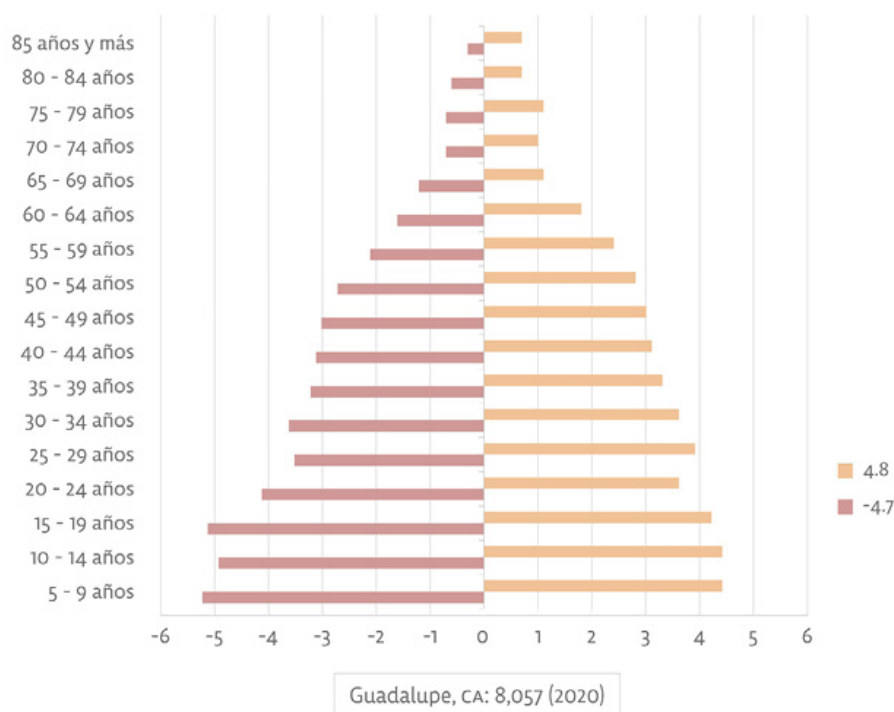
por la estructura demográfica de sus localidades. A manera de comparación, véase de nueva cuenta el caso de Guadalupe. Mientras este poblado presenta una edad promedio de sus habitantes de aproximadamente 28 años, California como estado presenta una edad promedio de 37.6 años. Esto es, Guadalupe, como la mayor parte de las localidades de trabajadores agrícolas de California, cuenta con población joven que en menor o mayor medida asegura el futuro demográfico del estado. Quizá una comparación que podría mostrar con mayor claridad lo que esto significa no sólo para la sociedad rural californiana, sino para la nación en su conjunto, para su sociedad rural, sería la de poner lado a lado los rasgos demográficos de poblaciones rurales como Guadalupe y otras típicas de regiones rurales del país cuyo sector agro-productivo es relativamente importante (gráficas 5 y 6)

Gráfica 5
Pirámide de población / Oelwein, IO (edad media: 42.9 años)



Fuente: Elaboración con información del Censo General de población 2010 de la Oficina del Censo de Estados Unidos (United States Census Bureau, 2010).

Gráfica 6
Pirámide de población / Guadalupe, CA (edad media: 28.2 años)



Fuente: Elaboración con información del Censo General de población 2010 de la Oficina del Censo de Estados Unidos (United States Census Bureau, 2010).

A partir de la observación de los datos mostrados en las gráficas 5 y 6, puede arribarse a algunas conclusiones provisionales. La de Guadalupe remite a la juventud relativa que muestran las poblaciones rurales del mundo agroindustrial californiano, frente a sus pares en regiones agrícolas de otras partes del país. Iowa y Kansas son grandes productores de granos altamente mecanizados. La proporción de infantes en los poblados mencionados es extremadamente contrastante. Mientras los pueblos ubicados en el corazón de la zona de producción de granos más importante del país presentan una estructura de grupos de edad notoriamente adulta, los californianos tienen una con forma piramidal de base amplia; esto es, con una gran proporción de población infantil. Así, mientras en unos el envejecimiento de la población es visible, en los otros las perspectivas de crecimiento demográfico son evidentes.

Investigadores contemporáneos de la agricultura californiana y sus efectos sociales (Palerm, 2014) proponen que la terminología tradicionalmente utilizada para referirse a los asentamientos de trabajadores agrícolas

vinculados a las regiones agro-productivas del estado no sólo no refleja los rasgos que hoy en día las caracterizan, sino que contribuyen a dificultar una aproximación más objetiva de los cambios por los que han pasado y las han transformado radicalmente, como a la misma agricultura californiana. Términos como “colonia”, que estuvo en boga durante las primeras décadas del siglo XX, describían asentamientos marginales, pobres, con escasos o nulos servicios en los que residía la fuerza de trabajo que hacía posible la producción agrícola, que se ubicaban por lo general en los márgenes de algo (al otro lado de las vías del ferrocarril, al otro lado de la carretera, etc.), en las afueras de los poblados de granjeros, o en lugares convenientemente alejados, pero suficientemente cerca de las tierras de cultivo. En estas “colonias”, a sus habitantes difícilmente se les reconocía algún tipo de representación cívica y/o política con base en la cual pudieran expresar y avanzar sus propias necesidades y/o demandas. Estos rasgos serían compartidos en distinta medida por un gran número de asentamientos de jornaleros hasta el último tercio del siglo XX. De hecho, analistas de la agricultura californiana (Rochin y Castillo, 1995; Taylor *et al.*, 1997), al describir correctamente la paradoja que significa la pobreza asociada al empleo agrícola, con una prospera agroindustria, suelen utilizar esos viejos descriptores como “colonias”, que si bien tenían sentido décadas atrás, en la actualidad su utilización es problemática, por decir lo menos, si no es que francamente incorrecta. Así han llegado a utilizarse términos como *overgrown labor camps* —campamentos sobrepoblados de jornaleros— (Taylor *et al.*, 1997), e incluso términos de mayor alcance, como “desiertos sociales” (Goldschmidt, 1991), que lejos de representar los cambios por los que atraviesan los asentamientos rurales de trabajadores agrícolas se tornan en palabras cargadas de connotaciones negativas, producto de la carencia de información objetiva obtenida en el campo mismo.

Otros analistas (Du Bry, 2007; Haley, 2009; Palerm, 2014; Santos-Gomez, 2014), al dar cuenta de las transformaciones por las que están atravesando los asentamientos de trabajadores agrícolas, advirtieron lo inadecuado de estos descriptores. En la medida que los jornaleros abandonaron las “colonias” de antaño, para asentarse en localidades otrora ocupadas por los antiguos granjeros, en un proceso paulatino, llenaron los vacíos dejados por estos últimos. Se establecieron en los viejos vecindarios y se hicieron cargo de las infraestructuras cívico-políticas de los lugares. De esta manera, la sedentarización de los trabajadores agrícolas y su asentamiento en numerosos

poblados de la geografía agrícola californiana propiciaron la lenta pero visible recuperación de infraestructuras de servicios.

En los años ochenta, al tiempo que realizaba un extenso trabajo de naturaleza etnográfica en poblados de trabajadores agrícolas en el contexto de la agroindustria californiana, Palerm (1991) describió cómo comenzaban a vislumbrarse cambios notables en la naturaleza de esos asentamientos, al punto que este mismo antropólogo habría utilizado el concepto de “enclave” para describir lo que inicialmente pudo observar como asentamientos afligidos por pobreza e infraestructuras urbanas insuficientes y sobrecargadas, generalmente localizadas en los márgenes de las poblaciones de habitantes angloamericanos. Sin embargo, a la luz de la información generada por la investigación etnográfica más reciente sobre la sociedad rural californiana, es necesario repensar los conceptos y terminologías utilizados para describir lo que está ocurriendo en ésta. De hecho, Palerm (2014) mismo plantea la utilidad de recurrir a nociones sociológicas tales como “comunidad” para representar de mejor manera la complejidad de los procesos sociales característicos de estas poblaciones. En coincidencia con Palerm, trabajos de naturaleza etnográfica (Du Bry, 2007; Haley, 2009; Ibarra Templos, 2010; Santos-Gomez, 2014) insisten cada vez más en la necesidad de reevaluar la utilización de nociones sociológicas que puedan reflejar de manera más precisa las dinámicas sociales características de las poblaciones de trabajadores agrícolas actuales, cuya manifestación se explica por la reestructuración de la propia agricultura californiana.

A manera de cierre, se ilustrará esta dinámica con un evento presenciado en una de las visitas realizadas a una de las empresas prestadoras de servicios agrícolas a viñedos en el condado de Santa Bárbara. La compañía en cuestión se hace cargo de las operaciones agrícolas de un grupo de vitivinicultores especializados en la producción de vinos de calidad premium. El conjunto de sus operaciones cubre una superficie de viñedos de unos quinientos acres (250 hectáreas aproximadamente) dispersos en las inmediaciones del condado. Uno de los factores que hacen de esta compañía un competitivo proveedor de servicios en la región es la destreza con la que se desempeñan sus trabajadores, lograda gracias a la experiencia acumulada de trabajar por años en el manejo y cuidado de viñedos.

El gerente de la compañía estima que durante las cosechas se contratan entre 220 y 250 trabajadores y la mitad de estas cifras durante las podas de

invierno y el resto de las labores que se llevan a cabo en los viñedos. Los trabajadores que contratan residen principalmente en Santa María y Guadalupe. El gerente, un hispano inmigrante originario de México, conserva en un lugar visible de su oficina un trofeo que le fue otorgado al equipo de fútbol de los trabajadores patrocinado por la compañía. El equipo participaba en una liga deportiva con sede en Santa María, en la que compitieron por varias temporadas en los últimos años. El dato podría parecer trivial, de no ser por el activismo mostrado por esta liga en su búsqueda por lograr acceso a instalaciones deportivas adecuadas, e incluso su pugna por la construcción de facilidades deportivas adecuadas para los numerosos equipos de la liga, integrados principalmente por trabajadores agrícolas. Independientemente de su estatus legal en el país, estos aficionados al fútbol son parte de esas batallas cívicas y de esta manera lograr acceso a espacios adecuados a sus necesidades y preferencias lúdicas y deportivas.[6]

COMENTARIOS FINALES

El microcosmos de esta región vitivinícola californiana es un muestrario de las transformaciones que tienen como escenario la geografía agrícola del estado. Además, para comprender el desarrollo de la vitivinicultura californiana es necesario considerar que ésta se desenvuelve dentro de una agricultura diversificada con la que interactúa de distintas maneras; como actividad productiva que se desarrolla con otras actividades agrícolas con las cuales contribuye a atraer y compartir la fuerza de trabajo que le es necesaria para obtener una uva de calidad, pero que también compite para tenerla, sobre todo en momentos y fases críticas de los ciclos de cultivo, especialmente durante las cosechas. Este ensayo plantea, entre otras cosas, que al examinar el desarrollo de las regiones vitivinícolas californianas se debe considerar que esta actividad productiva tiene una relación constante y dinámica con una producción agrícola más amplia y diversa dentro de la cual la viticultura constituye sólo una parte; importante, pero sólo una parte.

BIBLIOGRAFÍA

Agricultural Commissioner (2021). Agricultural Production Report. Santa Barbara, CA: County of Santa Barbara, CA, 2021 [en línea]. Disponible en

- <<https://content.civicplus.com/api/assets/d84d16ed-052c-4c6d-a329-e676ef39ead7?cache=1800>> (consulta: 2 de agosto de 2022).
- Baur, Patrick, y Alaistar Iles (2022). “Replacing humans with machines: a historical look at technology politics in California agriculture”. *Agriculture and Human Values* [en línea]. Disponible en <<https://doi.org/10.1007/s10460-022-10341-2>>.
- California Agricultural Statistics Review [en línea]. Disponible en <<https://www.cdfa.ca.gov/Statistics/>> (consulta: 2 de agosto de 2022).
- California Agricultural Statistics Review 2020-2021 [en línea]. Disponible en <https://www.cdfa.ca.gov/Statistics/PDFs/2021_Ag_Stats_Review.pdf> (consulta: 22 de junio de 2022).
- Du Bry, Travis (2007). *Immigrants, Settlers, and Laborers: The Socioeconomic Transformation of a Farming Community*. Nueva York: LFB Scholarly.
- Garcia, Victor Quiroz (1992). “Surviving farm work: economic strategies of Mexican and Mexican American households in a rural California community”. Tesis de doctorado en antropología. Santa Bárbara, CA: University of California.
- Goldschmidt, Walter (1978). *As You Sow: Three Studies in the Social Consequences of Agribusiness*. Montclair, NJ: Allanheld, Osmun.
- Goldschmidt, Walter (1991). *Symposium to Honor Prof. Walrter Goldschmidt’s “As You Saw”*, editado por William L. Preston y Trudy Wischemann. Sacramento, CA: California State University.
- Guthey, Greig Tor (2008). “Agro-industrial conventions: some evidence from northern California’s wine industry”. *The Geographical Journal* 174 (2): 138-148.
- Haley, Brian D. (1989). *Aspects and Social Impacts of Size and Organization in the Recently Developed Wine Industry of Santa Barbara County, California*. Santa Bárbara, CA: University of California.
- Haley, Brian D. (2009). *Reimagining the Immigrant: The Accommodation of Mexican Immigrants in Rural America*. Nueva York: Palgrave Macmillan.
- Hernández, Manuel (2012). “Nothing to learn? Labor learning in California’s farmwork”. *Anthropology of Work Review* 33(2): 73-88.
- Ibarra Templos, Yuribi (2010). “Más allá del transnacionalismo: incorporación de migrantes mixtecos a las comunidades de destino”. Tesis de doctorado

- en antropología social. México: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social.
- Khan, M. Akhtar, Philip L. Martin y Phil Hardiman (2003). "California's Farm Labor Markets: A Cross-sectional Analysis of Employment and Earnings in 1991, 1996, and 2001". Documento de trabajo. Sacramento, CA: Employment Development Department, Labor Market Information Division.
- Mamer, John W., y Alexa Wilkie (1990). *Seasonal Labor in California Agriculture: Labor Inputs for California Crops*. Sacramento, CA: California Employment Department.
- Martin, Philip L., y Zachariah Rutledge (2022). "Proposed changes to the H-2A program would affect labor costs in the United States". *California Agriculture* 75 (3): 135-141
- Palerm, Juan Vicente (1991). *Farm Labor Needs and Farmworkers in California, 1970 to 1989*. Sacramento, CA: Employment Development Department, Labor Market Information Division.
- Palerm, Juan Vicente (1994). *Immigrant and Migrant Farm Workers in the Santa Maria Valley, California*. Santa Bárbara, CA: University of California, Center for Chicano Studies.
- Palerm, Juan Vicente (2014). "An inconvenient persistence. Agribusiness and awkward workers in the United States". En *Hidden Lives and Human Rights in the United States. Understanding the Controversies and Tragedies of Undocumented Immigration*, vol. 3, editado por Louis Ann Lorentzen, 55-119. Santa Bárbara, CA: Praeger.
- Palerm, Juan Vicente, y Hugo Santos (2019). "Por los pueblos y cañadas del vino: Santa Bárbara, California". En *Transformaciones productivas, inmigración y cambios sociales en zonas vitivinícolas globalizadas*, coordinado por Martha Judith Sánchez Gómez, Francisco Torres Pérez e Inmaculada Serra Yoldi, 215-244. México: Universidad Nacional Autónoma de México-Instituto de Investigaciones Sociales.
- Porter, Michael (1998). "Clusters and the new economics of competition". *Harvard Business Review* 76 (6): 77-90.
- Rochin, Refugio I., y Monica D. Castillo (1995). *Immigration and Colonia Formation in Rural California*. Berkeley, CA: Chicano/Latino Policy Project.

- Rural Migration News* (2022). *California Agriculture: Santa Barbara* [en línea]. Disponible en <<https://migration.ucdavis.edu/rmn/>> (consulta: 19 de noviembre de 2022).
- Santos-Gomez, Hugo (2014). *Immigrant Farmworkers and Citizenship in Rural California: Playing Soccer in the San Joaquin Valley*. El Paso, TX: LFB Scholarly.
- Smith, P.B (1950). "A survey of sugar beet mechanization". Ponencia presentada en The American Society of Sugar Beet Technologists-Sixth General Meeting, 1950 [en línea]. Disponible en <<https://bsdf-assbt.org/wp-content/uploads/2017/12/ASSBTVol6p20to27ASurveyofSugarBeetMechanization.pdf>> (consulta: 12 de julio de 2021).
- Storper, Michael (1997). "Regional economies as relational assets". En *Geographies of Economics*, editado por Roger Lee y Jane Wills, 248-258. Londres: Routledge.
- Taylor, J. Edward, Philip L. Martin y Michael Fix. (1997). *Poverty amid Prosperity: Immigration and the Changing Face of Rural California*. Washington, D.C.: The Urban Institute Press.
- United States Census Bureau. Quick Facts [en línea] Disponible en <<https://www.census.gov/quickfacts/fact/table/US/PST045222>> (consulta: 18 de abril de 2022).
- Villarejo, Don (1989). *Farm Restructuring and Employment in California Agriculture*. Davis, CA: California Institute for Rural Studies.
- Welly, Emily (2021). "Once-thriving, Betteravia has now become a ghost town". *Santa Maria Times* [en línea]. Disponible en <https://santamariatimes.com/lifestyles/once-thriving-betteravia-has-now-become-a-ghost-town/article_691565eb-a659-526b-ae9c-3d7b4b8ac065.html> (consulta: 19 de noviembre de 2022).
- Wine Business (2016). "New automatic mechanical grapevine Pruner Tested at UC Davis". *Wine Business*, 25 de octubre [en línea]. Disponible en <<https://www.winebusiness.com/news/article/176177>> (consulta: 20 de agosto de 2022).

[Notas]

- [1] Traducción del autor (Guthey, 2008).
- [2] Dadas las dificultades inherentes para la definición de “calidad”, en varios medios especializados en la difusión y promoción de información de la industria vitivinícola (como *Wine Business Monthly*, *Vineyard & Winery Management Magazine*, *Wines & Vines*, *Wine Spectator*, *Decanter*, entre otros.) existe una especie de acuerdo tácito al respecto; esto es, proponer una definición que permita incluir aquellos vinos que se alega presentan rasgos de calidad que los distinguirían de los vinos comunes. Al parecer, una de las pocas características que comparte la mayor parte de los expertos —generalmente de manera implícita— es la del precio del producto. Previo al proceso inflacionario que ha afectado al mercado global pospandemia, este precio se determinó en diez dólares por botella; es decir, para efectos de análisis y comparaciones se propone considerar a los vinos de diez dólares y más como “vinos de calidad”.
- [3] Bajo el rubro de “otros” se incluye a la floricultura.
- [4] Los condados de mayor importancia por su producción agrícola son Kern, Fresno, Tulare y Monterrey. Los tres primeros ubicados en el Valle Central y el cuarto en la Costa Central del estado.
- [5] Juan Vicente Palerm, en comunicación personal.
- [6] Santos-Gomez (2014) ofrece un tratamiento sistemático del tema.

LA CALIDAD QUE SE EXPANDE MÁS ALLÁ DE LOS VINOS

De la vitivinicultura al enoturismo y a la economía de la experiencia. El Valle de Guadalupe en Baja California

Martha Judith Sánchez Gómez

[\[Regresar al contenido \]](#)

INTRODUCCIÓN

Las zonas vitivinícolas tanto en el viejo mundo del vino como en el nuevo mundo han experimentado grandes cambios. Uno de ellos es la creciente importancia que tiene la oferta de una serie de bienes y servicios asociados a su producción. Esta serie de bienes y servicios se han incorporado de diversas maneras tanto en las viejas zonas vitivinícolas como en las nuevas. En algunas se puede plantear que la asociación *vino-turismo* cobra importancia más allá de lo que cada bodega ofrece; esto es, se crea un territorio en donde se dinamizan una serie de bienes y servicios gravitando alrededor del vino, abriendo nuevas oportunidades y retos en esas zonas. El alcance, la importancia y los tiempos en que se van incorporando esta serie de bienes y servicios difieren entre las distintas zonas vitivinícolas.

Uno de los recursos en que se basa la competencia en el mundo del vino a nivel mundial es la *calidad*, como se señala en la introducción a este libro. Este recurso está imbuido de una serie de elementos contruidos de maneras diversas en diferentes épocas y contextos. En este capítulo se abordan las estrategias y los recursos que se utilizan en el Valle de Guadalupe, ubicado en la península de Baja California, la principal zona de producción y venta del vino y de atracción del turismo asociado a este producto en México, para posicionar a la zona y sus vinos como productos de calidad. En este capítulo se emplea información de una encuesta, de entrevistas realizadas por Skype y de manera presencial^[1] a diversos actores en la zona, así como información censal y estadística, además de los recorridos por la zona, la revisión de guías de turismo, de páginas *web* de las empresas y de literatura sobre el tema. El texto se inicia con una discusión sobre la importancia de lo que se denomina

economía de la experiencia, una rama de la economía que surge del interés por explicar las ganancias económicas de una serie de actividades que tienen el objetivo de ofrecer experiencias, que en este caso se logran a través del turismo asociado al vino. Continúa con algunos antecedentes de la producción del vino en el país y con datos de la producción y el enoturismo en Baja California y Ensenada, para situar los orígenes y la importancia de esta zona vitivinícola, así como los cambios que ha experimentado en las últimas décadas.

Concluye con las estrategias que predominan en la zona vitivinícola de Baja California y los recursos para convertir al Valle de Guadalupe en una zona importante de vivencia enoturística que ofrece vinos de calidad. El planteamiento que guía este capítulo es que en el Valle de Guadalupe se construyó el concepto de *calidad* con una serie de recursos que permiten su inclusión en el mundo globalizado del vino, pero también con un conjunto de bienes y servicios asociados que crean un efecto sobre el territorio, posicionándolo como un lugar de gran importancia para el enoturismo. En otras palabras, la calidad no sólo se constata en el vino, sino en el entorno y en la construcción de un espacio turístico.

DEL VINO A LA EXPERIENCIA ENOTURÍSTICA

En la historia de la humanidad, el vino ha ocupado un lugar especial, ya sea como bebida para los sectores privilegiados o como bebida para eventos festivos y especiales. En algunos países formó parte de la alimentación y cultura de sus pobladores. Actualmente cubre distintas funciones; sigue siendo una bebida para la distinción de quienes cuentan con capitales simbólicos, económicos, sociales y culturales, pero también es una mercancía que genera importantes ganancias potenciando sus cualidades y haciéndolas extensivas a lo que se ha llamado el turismo del vino, enoturismo, viniturismo, entre otros conceptos. En el mundo globalizado que posibilita la expansión significativa de los países productores y exportadores de vino, transforma también los espacios vitivinícolas para dar cabida a una serie de bienes y servicios que potencian de manera significativa las ganancias en esos espacios, que ya no son sólo para conocer los vinos de la zona, sino también lugares en donde se ofrecen una serie de experiencias que acompañan y hacen significativas las vivencias locales. Esto es estudiado por una rama de la economía que se denomina *economía de la experiencia*.

Si bien este enfoque es polémico, es de interés porque permite entender las ganancias que se generan en diversas firmas y organizaciones que promueven la experiencia como una parte importante de sus productos y servicios. Sundbo y Sørensen retoman la definición de Pine y Gilmore de la experiencia como “eventos memorables, por lo que los eventos o señales que podrían provocarlos y experimentarlos son extraordinarios. Deben estar fuera de la rutina diaria para dejar un recuerdo[2]” (Sundbo y Sørensen, 2013: 4). Definen cuatro tipos de experiencias: escapismo, entretenimiento, educativas y estéticas. La economía de la experiencia, por lo tanto, se interesa en conocer las actividades que generan ganancias; es decir, “es un nuevo enfoque de negocios que después de la agricultura, manufactura y servicios ha emergido como un área con fuertes posibilidades de generar ventas y ganancias”[3] (Sundbo y Sørensen, 2013: 5).

De acuerdo con Bourdieu (1991), el consumo de ciertos objetos es exclusivo para determinados sectores y denotan distinción y cultura. En la nueva economía de la experiencia en las zonas vitivinícolas globalizadas no sólo se vehiculiza la distinción, sino que se ofrece una vivencia, una experiencia tan única y especial acorde a los ingresos y capitales de quienes pueden pagarla. Siendo así especialmente singular y única para los conocedores del mundo del vino y portadores de los capitales necesarios, pero sin dejar de tener espacios y servicios para un sector no conocedor interesado en ese mundo que no cuenta con los capitales que se requieren para poder vivir y disfrutar de aquellas experiencias tan singulares. Se ofrecen, por lo tanto, experiencias debidamente segmentadas, de acuerdo con los recursos con que se cuentan, ampliando el acceso a diversos sectores diferenciados por recursos de distinta índole.

Diversos autores señalan la importancia del turismo asociado al vino como una estrategia de posicionamiento en un mundo globalizado y altamente competitivo, nombrado como turismo enológico, enoturismo, gastroturismo, turismo del vino, viniturismo, enogastroturismo, etc., de acuerdo con las actividades que permiten potenciar la visibilidad y los ingresos de las zonas productoras. Algunos autores señalan que el moderno turismo del vino comprende más elementos que únicamente el cultivo de las vides y la producción y venta de vino; es “la compleja interacción entre la elaboración de perfiles de mercado, el desarrollo regional sostenible y las construcciones innovadoras del *marketing* de la experiencia que cuando tienen éxito contribuyen al crecimiento y la evolución sostenible del enoturismo

mundial”[4] (Dixit, 2023: i). La Organización Mundial del Turismo (2023) señala el crecimiento de esta actividad y las oportunidades que conlleva, y el turismo del vino está considerado dentro del *turismo sostenible*. [5] Otros autores lo nombran *turismo alternativo* [6] y otros como *turismo cultural*, [7] que crece a un ritmo mayor (16%) que el turismo convencional, que lo hace a 4%. A diferencia de otros tipos de turismo, el enoturístico se caracteriza por “la compleja trama de coordinación y gestión de un número determinado de productos turísticos, que en conjunto componen una cadena de valor de un destino determinado” (Rojas Aguilera, 2019: 4). Diversos autores señalan que las experiencias que se ofrecen en el turismo del vino son la mejor manera de transformar una región productora de vino en un destino enoturístico.

Una forma de promoción son las rutas del vino, “los recorridos señalados y publicitados con paneles especiales en los cuales se insiste en los valores naturales, culturales, medioambientales, viñedos y bodegas, explotaciones agrícolas individuales o cooperativas abiertas al público” (Pastor, 2006: 198, mencionado por Rojas Aguilera, 2019: 7). Otros autores señalan que además de las rutas del vino una promoción importante son las celebraciones en torno a la cultura del vino, ya que visibilizan las regiones vitivinícolas y constituyen recursos importantes para el desarrollo territorial, valorizando el turismo del vino y la gastronomía (Contreras y Medina, 2021: 126).

A nivel global, el turismo es un sector importante para las economías de los países. México está entre los primeros veinte países de captación de turistas y de ingresos en el *ranking* mundial. Coyunturalmente, [8] en 2021 llegó al tercer lugar en número de turistas y al decimocuarto en captación de divisas. En México este sector aportó en 2019, año previo a la pandemia, 4,050.2 billones de pesos, que representaron 14.9% del producto interno bruto (PIB); las cifras bajaron en 2020 a 11.1% del PIB y hay una recuperación en 2021: 13.1%, que representó 3,423.88 billones de pesos. México ocupó el primer lugar de América Latina en 2022, con 38.33 millones de llegadas de turistas internacionales (Secretaría de Turismo, 2023). En Ensenada se recibieron cinco millones de turistas en 2022 (Gobierno de Ensenada, 2023). Se considera que “la industria turística es uno de los principales motores de la economía local, fuente de generación de empleos directos e indirectos” (Gobierno de Ensenada, 2023a). En 2019, Ensenada y el Valle de Guadalupe obtuvieron una derrama económica anual superior a los mil millones de pesos; en ambos lugares se realizaron 122 eventos enológicos y gastronómicos, que representaron 15% de esa derrama

económica (Comité de Planeación para el Desarrollo del Municipio de Ensenada, 2021). El Valle de Guadalupe[9] recibe casi un millón de visitantes anuales (Cisneros, 2022). El día de apertura de las fiestas de vendimia de 2021 llegaron más de 56,600 visitantes y generaron una derrama económica de 241 millones de pesos (*El Mexicano*, 2021). Contreras y Medina estudian las fiestas del vino y resaltan su importancia para la consolidación del turismo enogastronómico en los territorios rurales; señalan, además, que las fiestas de la vendimia en Baja California “promocionan el territorio en su conjunto, crean fidelidad hacia determinadas marcas y ayudan a construir la identidad de la región” (Contreras y Medina, 2021: 138). En 2019, la asistencia a estos eventos fue de 120 mil visitantes, con una derrama económica de 750 millones de pesos.

EL VALLE DE GUADALUPE: BREVE RECORRIDO POR LOS INICIOS DE LOS VIÑEDOS, LAS BODEGAS Y SUS CAMBIOS

El municipio de Ensenada y el Valle de Guadalupe

El Valle de Guadalupe se encuentra ubicado en el estado de Baja California,[10] el principal productor de vino en el país: 70% en 2021. Si bien la producción ha aumentado en otros estados de la República Mexicana,[11] el lugar que ocupa el estado de Baja California, y dentro del estado el Valle de Guadalupe,[12] es muy importante tanto por la producción de vino como por el enoturismo. Datos oficiales señalan que la cosecha de la vid generó una derrama económica de 727 millones de pesos (2020) en el Distrito de Desarrollo Rural 001. Produce 24 mil toneladas de uva, la mayoría para la elaboración de vinos, en una superficie de 4 mil 352 hectáreas.[13] Cuenta con alrededor de 150 empresas vinícolas, que producen nueve millones de litros de vino (Gobierno de México, 2021) de las variedades cabernet sauvignon, chardonnay, chenin blanc, tempranillo, merlot, nebbiolo, red globe,[14] ruby cabernet y grenache, entre otros. Además de las anteriores, se mencionan barbera, zinfandel, sauvignon blanc y colombar (Vázquez Elorza *et al.*, 2022: 89).

El municipio de Ensenada vivió un proceso de cambio de cultivos; las tierras se orientaron a los cultivos con mayor valor y que ocupaban una menor superficie agrícola. Rogelio Ruiz Ríos (2008) señala que en la década de 1940 se inició un proceso de sustitución de cultivos por productos más remunerativos;

fueron tomando importancia la uva y el olivo en lugar de los cultivos tradicionales del trigo y la cebada. En los últimos quince años, como puede verse en el cuadro 1, si bien disminuyó la superficie de cultivo sembrada, que bajó de 9,071.50 hectáreas a 7,897.70 hectáreas, el valor de la producción se incrementó notablemente: de 251,304.75 (miles de pesos) a 1,774,608.47 (miles de pesos), orientando los cultivos hacia aquellos que producen mayores ganancias (cuadro 1). Éste es el caso de la uva que se cultiva principalmente en el Valle de Guadalupe, [15] que tuvo el primer lugar en el valor de la producción de todo el municipio de Ensenada durante 2005 y 2010 (101,971.14 y 210,778.47, miles de pesos, respectivamente) y el segundo lugar en 2020, aun cuando su valor siguió aumentando, llegando a 497,895.59 (miles de pesos). En este último año, el cultivo que tuvo el mayor valor en el municipio, pero en las tierras de la zona agrícola de San Quintín y la colonia Guerrero, fue la frambuesa, cuyo valor alcanzó la cifra de 853,474.22 (miles de pesos).

Cuadro 1
Número de cultivos y superficie sembrada, valor de la producción de cultivos y de la uva en el municipio de Ensenada, 2005-2020

<i>Año</i>	<i>Número de cultivos</i>	<i>Superficie sembrada (ha)</i>	<i>Valor de producción (miles de pesos)</i>	<i>Uvas, valor de producción (miles de pesos)</i>
2005	26*	9,071.50	251,304.75	101,971.14
2010	23**	8,102.06	479,620.91	210,778.47
2020	15***	7,897.70	1,774,608.47	497,895.59

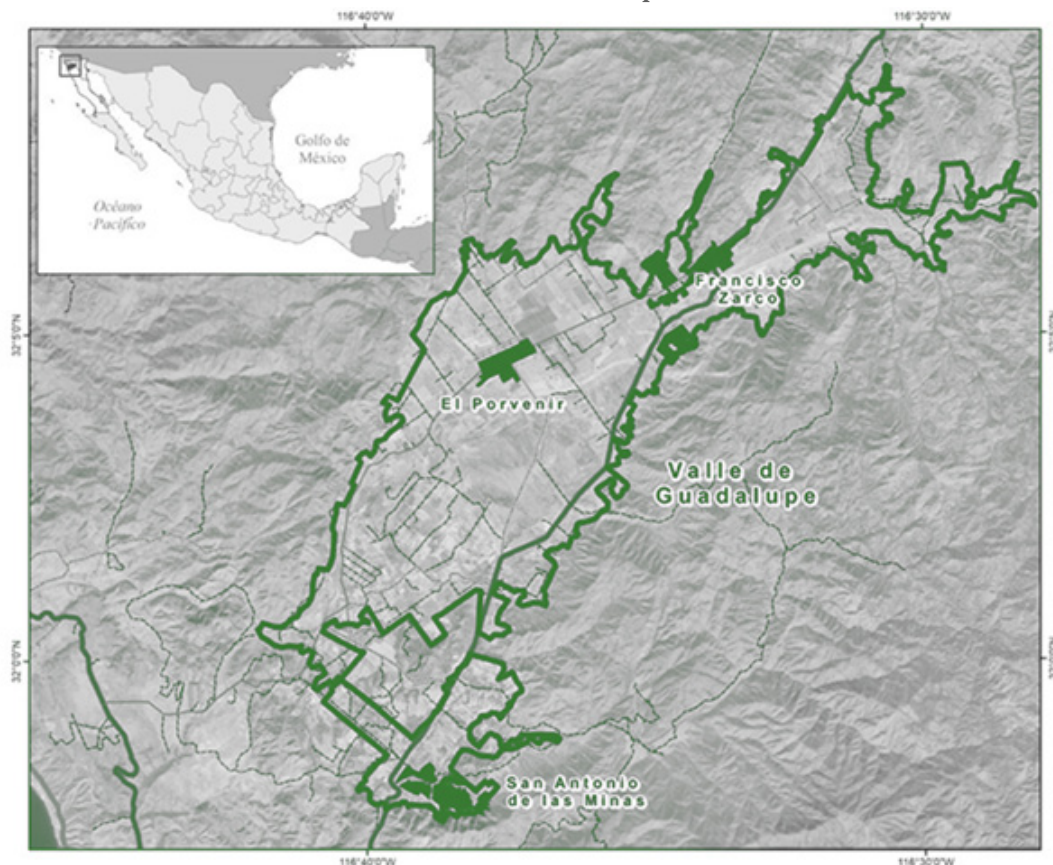
Fuente: Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera [en línea]. Disponible en <nube.siap.gob.mx/cierreagricola/>, consulta por municipio, cultivos perennes, modalidad riego/temporal, resumen cultivos.

* Aceituna, aguacate, alfalfa, algarrobo, almendra, ciruela, espárrago, eucalipto, flores, frambuesa, guayaba, higo, limón, mandarina, manzana, membrillo, naranja, nopalitos, nuez, palma de ornato, pastos y praderas, pera, pistache, toronja, pomelo, uva y zarzamora.

** Se introduce el agave; no hay datos de eucalipto, frambuesa, guayaba y zarzamora.

*** Los cultivos reportados para ese año son: agave, aguacate, alfalfa, espárrago, frambuesa, granada, limón, mandarina, manzana, naranja, nopalitos, nuez, toronja (pomelo), uva y zarzamora.

Mapa 1
Valle de Guadalupe



Fuente: Vázquez *et al.*, 2022: 265.

Antecedentes históricos de la viticultura en la zona

En México, y por lo tanto en el Valle de Guadalupe, las llamadas “uvas misión”, hoy conocidas como “uvas criollas”, las introdujeron los misioneros españoles en los alrededores de la capital del virreinato: Querétaro, Guanajuato y San Luis Potosí, y posteriormente en el Valle de Parras, Baja California y Sonora; en el Valle de Guadalupe, en la misión de Nuestra Señora de Guadalupe del Norte, fundada por los dominicos. Se impulsa el cultivo de la vid durante la colonia: “Hernán Cortés... ordenó en 1524 que cada colono debía plantar 1,000 pies de vid por cada cien indígenas” (Secretaría de Fomento Agropecuario, 2011: 4), pero su expansión y auge fueron frenados por la corona española ante la eventual competencia con los vinos producidos en España, y posteriormente por los conflictos políticos, las guerras y la filoxera.

En Baja California, los rusos llegaron al Valle de Guadalupe en el siglo XVIII y se dedicaron al cultivo de la vid. La cercanía con Estados Unidos favoreció este cultivo a partir de 1920, por la promulgación de la Ley Seca en Estados Unidos. Este evento incrementó la producción de vino y en ese contexto surgen varios emprendimientos y se consolida la Bodega de Santo Tomás, la más antigua de la zona. El ex presidente Abelardo L. Rodríguez impulsó posteriormente la industria del vino, “principalmente en los valles de Santo Tomás, Guadalupe y Tecate mediante la importación de uvas, envases y materiales para la producción de caldos” (Meraz Ruiz, 2013: 74). Además, surgen dos bodegas importantes en la zona, que existen hasta la fecha: la bodega L.A. Cetto, que inicia don Ángel Cetto en el valle en 1937, quien compra tierras en varios valles y también contrata a un enólogo italiano, el actual enólogo de la bodega Magoni, Camillo Magoni, para elaborar vinos de alta calidad, y la bodega de una familia española: Domecq (en 1953), hoy Pernod Ricard México, que es una de las empresas que inició la exportación de vinos de calidad directamente a Estados Unidos.

Si bien la industria vitivinícola mexicana vende su producción principalmente en México, desde 1930 inició la exportación a países de Centro y Sudamérica, así como a Estados Unidos. Asimismo, inició el aumento en las importaciones de cepas —como la zinfandel, carignon, barbera y nebbiolo—, la incorporación de nueva tecnología y la implementación de mejores prácticas enológicas (Meraz Ruiz, 2013: 75). En 1948 se funda la Asociación Nacional de Vitivinicultores, hoy Consejo Mexicano Vitivinícola, y en 1997 la Academia Mexicana del Vino.

A finales de la década de los sesenta, la industria vitivinícola mexicana es reactivada por la demanda de vinos mexicano. El vino empieza a mejorar a partir de 1970, debido a la conjunción de diversos actores, viticultores, los esfuerzos de las grandes marcas y la mejora en la selección de variedades de uva (Secretaría de Fomento Agropecuario, 2011: 5). En 1980, la crisis financiera y económica del país llevó a una fuerte baja en la actividad vinícola y la disminución de la superficie de viñedos entre 1984 y 1998 (Meraz Ruiz, 2013).

En 1986, México ingresa al General Agreements on Tariffs and Trade (en español, Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio, GATT), con lo que los productores de vino se enfrentan a “una gran competencia internacional bajo unas condiciones internas desfavorables y con una imposición fiscal demasiado elevada sobre la producción de sus productos

vitivinícolas agravando aún más la difícil situación que viven las empresas mexicanas” (Meraz Ruiz, 2013: 76, retomando a Sánchez, 2007).

Cambios en las tierras y en la estructura productiva

En el año 2000 se inició un proceso de reconversión importante en Baja California, con la siembra de variedades de mejor calidad enológica, y se empieza gradualmente, desde 2005, un proceso de crecimiento constante tanto en la producción de uvas de alta calidad enológica como en la cantidad de empresas (cuadro 2).[16]

Cuadro 2
Producción de uva industrial* en Baja California y Ensenada, superficie, producción, año, rendimiento y valor

Año		Superficie sembrada	Superficie cosechada	Producción (ton)	Rendimiento medio kg/ha	Valor de producción (miles de pesos)
2000	B.C.	4,251.00	3,920.03	26,250.91	6.7	101,214.10
	Ensenada	s.d.	s.d.	s.d.	s.d.	s.d.
2005	B.C.	2,894.00	2,009.90	13,649.43	6.79	66,037.54
	Ensenada	2,777.00	1,982.90	13,473.93	6.80	65,160.04
2010	B.C.	2,799.61	2,386.14	18,354.68	7.69	184,013.61
	Ensenada	2,635.61	2,222.14	17,384.68	7.82	173,245.21
2015	B.C.	3,482.63	3,112.72	16,470.54	5.29	199,827.01
	Ensenada	3,318.63	2,948.72	16,200.74	5.49	196,644.41
2020	B.C.	3,989.98	3,683.87	24,751.44	6.72	455,014.83
	Ensenada	3,868.98	3,562.87	24,463.54	6.87	451,535.09

Fuente: Elaboración propia con datos del Sistema de Información Agroalimentaria y Pesquera [en línea]. Disponible en <<https://nube.siap.gob.mx/cierreagricola/>>.

* Uva industrial es la que se emplea para la elaboración de vinos de mesa, jugos y derivados.

Para el año 2000 no se tienen datos de uva industrial en el municipio de Ensenada. En los siguientes años, podemos observar que la mayor parte de la producción de uva industrial de Baja California se localiza en el municipio de Ensenada: 98.71% de las 13,649.43 toneladas. Este dato sigue siendo

importante hasta 2020, cuando representa 98.83% de la producción del año. El segundo dato importante es el incremento del valor de la uva en el municipio de Ensenada, que responde al proceso de reconversión de los antiguos viñedos hacia variedades de mejor calidad enológica: pasa de 65,160.04 miles de pesos a 451,535.09 miles de pesos, lo que representa un incremento siete veces superior, cantidad que excede con mucho al incremento de la superficie de viñedos cosechada, que pasó de 1,982.90 a 3,562.87, que es menos del doble.

Si bien desde los inicios de esa actividad hubo una fuerte concentración de las tierras, esa concentración continúa acompañada de pequeños y medianos productores (cuadro 3).

Cuadro 3
Tipo de productor: número de productores, cantidad de ha, superficie total y porcentaje de la superficie en relación con el total de ha de viñedos

<i>Viñedos</i>	<i>Muy pequeños</i>	<i>Pequeños y medianos</i>	<i>Grandes</i>
Hectáreas	1-9 (132 productores)	20 a 49 (22 productores)	50 y más (14 productores)
Superficie	741.62	696.04	1,250.85
Porcentaje	26%	28%	46%

Fuente: González Andrade, 2015: 102.

El otro dato importante es el crecimiento de las unidades económicas relacionadas con la fabricación y comercialización de vino, pasando por una disminución y posterior crecimiento. En 1994 eran más de cuarenta empresas, que disminuyeron a 16 en 2004 (Covarrubias y Thach, 2015) y luego se incrementaron a 113 en 2015, y en los años posteriores siguieron aumentando, calculándose en alrededor de 150 empresas para 2021 (Gobierno de México, 2021). El dato de la disminución se explica por la liberalización comercial de la economía en el país en la década de los ochenta.^[17] La Asociación Nacional de Vitivinicultores (ANV) señala que la entrada al país de vinos importados de menores precios y mejor calidad tuvo un impacto y provocó la disminución del número de bodegas.^[18] Tres de las bodegas más importantes y grandes son las más antiguas: Santo Tomás (1888),^[19] L.A. Cetto (1937) y Vides de Guadalupe Domecq (1948).^[20] Las vitivinícolas que iniciaron a partir de la década de los ochenta son Cavas Valmar (1983), Mogor Badan (1986), Monte Xanic (1988), Casa Bibayoff (1990), Viña de Liceaga (1993), Chateau Camou (1994), Bodegas Valle de Guadalupe (1997), Casa de Piedra (1997) (Armenta Cejudo, 2004: 129).

La concentración de la producción de vino, que asciende a nueve millones de litros en 2008, se refleja en los siguientes datos: 82% de la producción de vino era de las tres grandes compañías, con 821 mil cajas de vino; de tres medianas, con 12%, esto es, 120 mil cajas; de 25 pequeñas, 5%, con 59 mil cajas, y 26 microempresas, que representaban 1%, con cinco mil cajas anuales (González Andrade, 2015: 103).

Por lo que respecta al mercado de vinos en México, 58.92% es de importación y el resto son mexicanos. De estos últimos, 41.08%^[21] proviene de dos compañías: L.A. Cetto^[22] y Vides de Guadalupe cubren 82.5% de las ventas del mercado del vino nacional, les siguen Santo Tomás, que representa 5.3% del mercado, Monte Xanic con 2.0% y Chateau Camou con 1.0%; las pequeñas compañías de Baja California con 0.0% y las del resto del país con 9.2%. (Armenta Cejudo, 2004: 142-143, con datos de 2001).

La situación actual

Para actualizar la información presentada, se recurrió a diferentes fuentes. La aplicación de una encuesta en línea (veinte cuestionarios), la revisión de los datos de Vinitácora^[23] (59 vinícolas), las entrevistas en línea y presenciales, los recorridos por la zona y la revisión de las páginas *web* y las cuentas de Facebook de las empresas. Con la información obtenida, se encuentran las siguientes tendencias: continúa el crecimiento constante y creciente de las vinícolas a partir de la década del 2000, existe una elevada concentración de la producción de vino en unas cuantas empresas y las actividades de enoturismo tienen una importancia fundamental en el perfil de las empresas y sus ganancias.

Claramente, es una zona que cobra auge a partir de la década del 2000. Por los cuestionarios aplicados a veinte casas vinícolas, sabemos que sólo una inicia sus actividades antes de ese año. Los datos de Vinitácora (2019) sobre 59 vinícolas del Valle de Guadalupe (que se muestran en el cuadro 4) lo confirman: 43 de las 58^[24] (74%) iniciaron después del 2000.

Cuadro 4
Año de inicio de operaciones de la bodega

<i>Año de inicio</i>	<i>Número de bodegas</i>
Antes de 1980	2
1980-1990	3

1991-1999	10
2000-2009	28
2010-2020	15
Total	58

Mapa 2

Mapa de la ruta del vino en Baja California

Fuente: Mapa tomado de <https://www.turismomexico.es/estado-baja-california-norte/ruta-del-vino-de-baja-california/>.

producen de 80 mil a 499,999 botellas, 41 bodegas que producen más de 10 mil y hasta 79,999 botellas y cuatro que producen menos de 10 mil botellas. En otras palabras, 76% de las empresas producen hasta 79,999 botellas y la mayor cantidad sigue muy concentrada en unas cuantas empresas.

Cuadro 5
Número de botellas de vino por bodegas

<i>Número de botellas</i>	<i>Número de bodegas</i>
Menos de 4,999	3
De 5,000 a 9,999	1
De 10,000 a 39,999	23
De 40,000 a 79,999	18
De 80,000 a 199,999	5
De 200,000 a 499,999	4
De 500,000 a 1,000,000*	3
De 1,000,000 a 9,999,999**	1
Más de 10,000,000***	1

Fuente: Vinitácora, 2019.

* Bodega Balche con 540 mil, Monte Xanic 840 mil, Paralelo 960 mil.

** Casa Pedro Domecq con un millón 200 mil.

*** L.A. Cetto, 14 millones 400 mil.

El otro dato a resaltar es la importancia de los ingresos que provienen de otras actividades asociadas al vino y la existencia de vinícolas que no tienen viñedos. Utilizando los datos de la encuesta, la mitad de las bodegas señalaron que no tienen viñedos propios; en la Vinitácora encontramos, así como en las páginas *web* de las bodegas, que algunas mencionan la superficie de viñedos, pero en general se pone más énfasis en la serie de servicios asociados a la venta de vino. De las 59 bodegas, 41 sí tienen viñedos y 18 no tienen, o no lo dicen. De las que sí tienen viñedos, muy pocas mencionan la extensión. En otras palabras, el vino aparece más asociado con los servicios que se ofrecen que con los viñedos. Este dato se puede explorar mejor en la encuesta con algunas de las respuestas obtenidas. Dieciséis bodegas respondieron que compren la uva para elaborar sus vinos y cuatro no la compren. De las que la compren, siete bodegas adquieren 100% de las uvas, cuatro bodegas más de 50% y menos de 99%, tres entre 25% y 49% y dos menos de 24.9%. De las veinte bodegas, 15 señalan que ofrecen actividades para los turistas y que la ganancia obtenida representa más

de 81% de sus ingresos en dos casos, entre 41% y 80% en seis casos, entre 21% y 40% en dos casos y menos de 20% en cinco casos.

De las respuestas obtenidas en la encuesta, un dato relevante que permite caracterizar a la zona es la importancia que tiene el turismo para los ingresos de las bodegas. Y con la revisión de las páginas *web* de las bodegas y de la Vinitácora, así como con el recorrido por el Valle de Guadalupe, se constata la importancia del enoturismo para las bodegas y para la zona.

TURISMO Y VINO, UNA ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO GLOBAL

Sobre la construcción de un espacio vitivinícola

Diversos factores de índole internacional y nacional han marcado un escenario complejo tanto para los productores de vino como para los productores primarios de la cadena. Los viticultores se vieron expuestos, a partir de la apertura del mercado en el país y desde finales de los años noventa, a un escenario complejo que provocó bajos precios en las uvas y la demanda de uvas de alta calidad enológica (Armenta Cejudo, 2004). El mismo autor señala que los más afectados fueron los viticultores por la entrada de productos del exterior a bajo precio. En el caso del producto final, del vino, por la elevada competencia a nivel internacional, la entrada de vinos de precios menores que los que se elaboran en el país y por la exigencia del mercado por vinos de calidad. Para los viticultores, el impacto de esto se reflejó de manera contundente en el año 2000, cuando Domecq dejó de comprarle la uva a sus viticultores, cuyas parras eran viejas y representaron 42% de la superficie cultivada, afectando a 94 pequeños productores (Martínez-Pellégrini, 2018: 405, citando a Sarmiento, 2008: 13). Esto propició un proceso de reconversión hacia variedades más comerciales, la búsqueda de inversores para el sector y el incremento del tamaño de la producción en la zona (Martínez-Pellégrini, 2018: 405, citando a Sarmiento, 2008: 13).

En un escenario de gran competencia mundial, las estrategias para las vitivinícolas se decantan hacia competir por el precio de los vinos u ofrecer productos diferenciados y exclusivos. En la primera estrategia, únicamente las grandes bodegas pueden competir; éste es el caso de las tres grandes bodegas. El resto de las bodegas se orienta hacia una estrategia en donde se posiciona al

vino en un segmento de calidad, basándose principalmente en las mezclas de uvas que permiten ofrecer vinos diferenciados, singulares y de calidad. Además de lo anterior, se promueven una serie de bienes y servicios asociados al vino, construyendo la zona como un espacio enoturístico de importancia.

En México se impulsó la conformación de la Ruta del Vino[25] en el estado de Baja California en el año 2000. Además, se impulsó la región con diferentes mecanismos: se consolidó el “clúster del vino” a través de la Secretaría de Desarrollo Económico (Sedeco), la Secretaría de Fomento Agropecuario (Sefoa) y la Secretaría de Turismo del estado (Sectur), involucrando a los principales actores del desarrollo económico del estado. Se impulsaron organismos dedicados a la promoción e inversión vitivinícola de la región: el Sistema Producto Vid, Provino, Asociación de Vitivinicultores y Amigos del Valle (Quiñónez Ramírez, Bringas Rábago y Barrios Prieto, s.f.: 143).

Los actores y los recursos

El espacio geográfico en donde se encuentra la zona vitivinícola de Baja California propició un continuo contacto y asentamiento de gente de diversos orígenes. Este intercambio se inicia con la población indígena asentada en la zona, con los rusos molokanes, los mexicanos de otros estados y los extranjeros que llegaron a inicios y mediados del siglo XX a poblar e impulsar diversos proyectos: minas, agricultura de exportación, emprendimientos vitivinícolas, negocios orientados a satisfacer la demanda tanto nacional como del vecino país del norte. Esta diversidad de orígenes y experiencias en otros entornos o actividades enriqueció esta zona: extranjeros de diferentes orígenes (italianos, franceses, chilenos, argentinos, por mencionar algunos), mexicanos de diferentes regiones y grupos étnicos con experiencias de vida y trabajo en otros países; personas con experiencias laborales y capitales diversos. Algunos con estudios en disciplinas afines, otros con la experiencia práctica en actividades relacionadas con la vitivinicultura en diferentes etapas de sus vidas; desde los que iniciaron el negocio como un proyecto de jubilación hasta los más jóvenes, como emprendedores o segundas y terceras generaciones de proyectos familiares. Todos potenciaron un espacio marcado por la innovación, la recuperación de diferentes recursos locales y el avance del conocimiento de otras zonas vitivinícolas, de Francia e Italia, para la elaboración del vino y apertura al turismo, pero particularmente de la zona de Napa, caracterizada justamente por su innovación e introducción de diferentes experiencias de las

que ofrecían las zonas tradicionales del viejo mundo del vino. La cercanía con un mercado importante de consumidores de sus productos y las características de ese mercado, ávido de nuevos productos y experiencias, así como de lo singular y la innovación, que imprimieron las características actuales a estos valles.

Las diversas estrategias

En la literatura se analizan las empresas dedicadas al vino, considerándolo como único producto; de ahí que se hayan señalado tres tipos: las vitícolas (las que cultivan uvas), las vinícolas (las que elaboran vino) y las vitivinícolas (las que cultivan uvas y elaboran vino). En este trabajo se plantea que el turismo está integrado como parte de varias de las empresas, ofertando otros bienes y servicios, por lo que se retoma del estudio de Genevie D’Ament, Anthony J. Saliba y Tahmid Nayeem (2023: 29) el concepto de bodega (*winery*) para referirse al negocio del vino, más que a su elaboración, ya que esto puede no estar presente en algunas empresas en distintos destinos enoturísticos.

Por esta razón, se considera que en la zona en estudio existen distintos tipos de empresas: las vitícolas, que se dedican a la venta de uva para elaborar vino; las vitivinícolas, que son empresas que integran los viñedos y el procesamiento y la elaboración del vino y pueden o no ofertar una serie de servicios asociados; las vinícolas, que elaboran vino con uvas que compran, porque no tienen viñedo, con el acento principal en los servicios que se ofertan asociados al vino que elaboran. Asimismo, las empresas que tienen una marca de vino, con espacios de venta, como bares, hoteles, restaurantes. Estos establecimientos no tienen ni viñedos ni bodegas para elaborar el vino; se compran las uvas y se manda a elaborar el vino en bodegas que rentan sus instalaciones o que ofrecen este servicio.

Para conocer los servicios que ofrecen las empresas, se realizaron recorridos por la zona y se revisaron guías turísticas, elaboradas por particulares. La más importante y completa es Vinitácora, además de la guía que ofrece la Secretaría de Turismo y la información que proporcionan las diferentes bodegas en su página *web* o en Facebook.

Cuadro 6
Tipos de servicios ofrecidos por las bodegas

Nombre	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	Servicios
--------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	-----------

Aborigen	×									1. Degustación, algunos con recorridos.
Adobe Guadalupe	×	×	×	×	×	×	×	×		
Alximia	×	×				×				2. Tienda.
Barón Balche	×	×			×	×		×		
Casa de Piedra	×					×				3. Paseo en caballo, carreta, scooter, bicicleta.
Casa Pedro Domecq	×	×			×			×	×	×
Casta de Vinos	×	×			×	×				
Cava Córdova	×							×		4. Masajes o <i>spa</i> .
Cava Maciel	×	×			×	×				
Cavas del Mogor	×				×				×	5. Eventos o cenas privados.
Chateau Camou	×	×			×	×				
Clos Benoit/La Quinta Bonita	×				×		×	×		6. Restaurante.
Clos de Tres Cantos	×	×			×		×	×		×
Corona del Valle	×				×	×		×	×	
D’Poncelis	×									8. <i>Foodtruck</i> (tapas, bar o <i>snaks</i>).
Decantos Vinícola	×	×			×	×		×		
Durand Viticultura										9. Bodas.
El Cielo Valle de Guadalupe	×	×	×		×	×	×		×	
Vinos Emevé	×	×			×					10. Catas especializadas o privadas.
Epicentro Vinícola	×	×			×		×		×	
Bodegas F. Rubio	×	×			×	×		×	×	×
Finca La Carrodilla	×	×								11. Mercado orgánico.
Hacienda Guadalupe Vinícola	×	×			×	×	×	×	×	12. Museo dentro de la vinícola.
L.A. Cetto	×	×			×			×	×	×
Viñas de la Erre	×	×			×			×	×	
Lomita Vinícola Mexicana	×	×			×	×				
La Resistance	×									
La Trinidad Vinícola	×									
Viñedos Lafarga	×				×	×		×		
Las Nubes Bodegas y Viñedos	×	×			×					
Lechuza	×	×			×					

Legado Sais	×								
Viñas de Liceaga	×	×		×	×			×	
Vinos LT	×	×		×	×			×	
Madera 5/Cava Aragón 126	×	×							
Bodega Magoni	×	×							
Mina Penélope	×			×	×			×	
Monte Xanic	×	×		×	×				
Norte 32	×								
Vinos Paolini (Villa Montefiori)	×	×				×			×
Paralelo									
Vinos Pijoan	×	×		×	×	×			
Vinos Plata	×								
Quinta Monasterio	×	×		×	×	×	×		
Relieve Vinícola	×			×	×	×	×	×	×
Rondo del Valle	×	×		×	×	×	×	×	
Sierra Vita	×			×	×	×	×	×	×
Cava Sol y Barro	×			×				×	
Solar Fortún	×	×		×	×			×	
Torres Alegre y Familia	×			×	×				
Toto	×	×		×					
Vinícola Tres Valles	×	×						×	
Cavas Valmar	×	×							
Vena Cava	×	×		×	×	×	×	×	
Vinisterra Vitivinícola	×								
Vinsur	×								
Viña de Frannes	×	×		×	×			×	
Viñedos de la Reina	×	×		×	×		×	×	×
Vinos Xecué	×	×		×	×	×	×	×	

Fuente: Recorridos en la zona, guías turísticas, Vinitácora, páginas web y Facebook.

No hay una guía actualizada de las bodegas y sus servicios. Este listado, aunque es el más completo y reciente, no está actualizado, por lo que puede haber vinícolas que ya no continuaron con sus actividades y nuevas vinícolas, como lo pudimos constatar en nuestro recorrido por la zona. Ésta es una tarea pendiente por realizar. Asimismo, puede haber

servicios nuevos que se ofertan y no están incluidos en la guía y las páginas *web*. Esta guía aborda los últimos tres tipos de empresas ya señalados.

De acuerdo con el modelo de tres círculos para el turismo de vino contemporáneo desarrollado por Byrd *et al.* (2016), citados por D'Ament, Saliba y Nayeem (2023: 29), en el primer círculo existe un producto principal (*core product*), que es el consumo y la adquisición del vino, e implica la calidad del producto, con degustación y compra. En el segundo círculo existen una serie de servicios agregados (*augmented services*), que son los viñedos, las actividades vitivinícolas, los lugares de cata, los servicios a los clientes, el vino y la educación, y una oferta de servicios de socialización, como los clubs de vino. En el tercer círculo se encuentran los servicios adicionales (*ancillary services*), que pueden ser de relajación y recreación, de entretenimiento y eventos, y otros servicios típicos del turismo y la hospitalidad de la región. Para cubrir la demanda de una experiencia enoturística de calidad, se deben ofrecer una variedad de bienes y servicios y estar presentes en los tres círculos.

El Valle de Guadalupe presenta actividades y servicios en los tres niveles. Todas las empresas —con o sin viñedos, con o sin bodegas de elaboración— cuentan con el servicio de degustación de vinos; algunas, las que tienen las instalaciones, ofrecen recorridos de diferente naturaleza. Los más completos y elaborados son los que integran desde la explicación en los viñedos hasta el proceso de elaboración y añejamiento del vino. Dos de las bodegas más antiguas del Valle de Guadalupe cuentan con piezas en donde se elaboraba el vino en los inicios de la empresa, o las que se usaban antiguamente para elaborar y trasladar el vino, así como un pequeño museo con la historia de la familia de los emprendedores y de la empresa. En el recorrido se ofrecen experiencias sensoriales y degustaciones.

A la degustación le siguen en importancia los servicios ofrecidos por las empresas, la organización de eventos o las cenas de carácter privado; la tienda, el restaurante o algún servicio de *snack*, bar o tapas; alguna forma de alojamiento, *tours*, organización de bodas; los paseos a caballo, en carreta, en *scooter* o bicicleta, aunque están menos generalizados; el mercado orgánico, los masajes o *spa* y las catas especializadas. Algunas empresas, muy pocas, ofrecen clase de cocina y de elaboración de vinos.

El recorrido por la zona permite entrever un desarrollo de servicios dirigidos a un amplio espectro de turistas: desde *mochileros* y jóvenes, pasando por un turismo para personas de pocos ingresos, hasta un turismo altamente

sofisticado para personas de altos ingresos. En cuanto al alojamiento, se pueden encontrar desde habitaciones muy sencillas, no necesariamente ubicadas en los viñedos o en las zonas más exclusivas, hasta habitaciones en construcciones dentro de los viñedos, hoteles boutique, *bed and breakfast*, y hoteles de gran lujo integrados a espacios vitivinícolas, restaurantes y diversos servicios para un público de altos ingresos.

Un ejemplo es el *resort* de gran lujo El Cielo, que integra el hotel con una diversidad de servicios; transporte, restaurantes, visitas a la bodega, huertos orgánicos, catas especializadas, paseos en carreta o *scooter* por los viñedos, tienda, club para socios y una serie de experiencias; entre otras, armar el propio vino con asesoría de un *sommelier*. Al igual que el anterior, Cuatro Cuartos es un desarrollo residencial y turístico que cuenta con hospedaje en habitaciones, cabañas o casas, y un desarrollo inmobiliario integrado en los viñedos y en diferentes localizaciones, con un enfoque ecológico y con la posibilidad de elegir la propuesta de diseño de la vivienda, realizada por reconocidos y premiados arquitectos nacionales e internacionales. Ofrece, asimismo, en el restaurante bar Bura, unas vistas espectaculares de la zona: los viñedos y el mar. Otros ofertan diseños de alojamiento singulares, en barriles de vino o tendencias para acampar más exclusivas, como el *glamping*, combinación de *glamur* y *camping*. Uno de los emblemáticos en la zona es Campera Hotel Burbuja, con baño incluido y todas las comodidades de un hotel de lujo. Acampar en contacto con la naturaleza y con lujo se considera una tendencia dentro del turismo sostenible.

Esta oferta, dirigida a un amplio espectro de turistas, se constata también en la gastronomía, que va desde locales de puestos de comida en el mercado y pequeños restaurantes —algunos sencillos y accesibles, que han crecido por la fama lograda, como la cocina de doña Esthela, que ofrece desayunos singulares, como *hot cakes* de elote y su afamado tatemado de borrego— hasta restaurantes con diseños modernos y exclusivos con esplendida vista a los viñedos o a otros lugares para apreciar las montañas y el valle. La gastronomía que combina ingredientes locales y elaboraciones exclusivas tiene una gran aceptación y prestigio, como la cocina nombrada *bajamed*, con fama dentro y fuera del país, que combina la influencia de las cocinas mexicana, mediterránea y oriental.

La arquitectura es un recurso importante en la integración de la oferta de la zona. Las construcciones, tanto por los diseños novedosos como por los materiales y el cuidado del medio ambiente, son elementos que se relevan

como un recurso de calidad en la zona. Se recurre a prestigiados arquitectos para la construcción, así como a la experiencia, los intereses y los conocimientos de los dueños de las vinícolas. La bodega El Cielo fue premiada por contar con instalaciones con eficiencia energética y fue reconocida como la primera compañía ecorresponsable. Vena Cava recurre a Alejandro D'Acosta, pionero en la arquitectura contextual, para el diseño, con materiales reciclados, de un espacio bohemio hípster para su *tasting room*. La vinícola Cava Sol y Barro se construyó con este material, respondiendo a un curso de formación en la construcción natural que tomó la dueña de la actual bodega.

La tendencia a cuidar el ambiente también está presente desde los viñedos. La finca La Carrodilla tiene el primer viñedo con certificación orgánica y cuenta con una propuesta de agricultura biodinámica. Otras vinícolas señalan que su viñedo es orgánico, sin uso de pesticidas ni fertilizantes artificiales, como Vena Cava.

La recuperación de la historia y cultura del lugar está presente desde el museo del vino hasta los museos que hablan de la historia del lugar y sus moradores. El Museo Comunitario Ruso, ubicado en el poblado de Francisco Zarco, fundado en agosto de 1991, aborda la llegada de los rusos a la zona y su cultura. En el mismo poblado se encuentra el Museo de la Misión de Nuestra Señora de Guadalupe, fundado en el mismo año, con información histórica del lugar, de los nativos kumai y de la migración rusa. En el poblado de San Antonio Necua se encuentra el Museo Comunitario Siñaw Kwatay, como parte de un centro de ecoturismo que ofrece diferentes actividades para los visitantes, desde una bendición dada por la autoridad tradicional hasta visitas guiadas por el museo comunitario, taller de elaboración de artesanías, degustación de la comida tradicional y canto y danza kumai. El proyecto más grande y reciente es el Museo de la Vid y el Vino, inaugurado en 2012, que cuenta con cuatro salas, dedicadas a la historia, la industria, la identidad —que señala a los actores clave— y el vino y el arte. Ofrece degustaciones, conciertos, conferencias, salones para eventos, cafetería y tienda de artesanías.

Esta tendencia a recuperar la historia y ofrecer diversas experiencias en el territorio continúa. Así, el gobierno de Ensenada anunció la fundación de Sassi del Valle, un proyecto que tiene como objetivo darles un impulso a las misiones de Baja California y promover un nuevo destino turístico que fortalecerá la ruta del vino, emulando el proyecto exitoso de Val'Quirico, en Tlaxcala, que se construyó con la imagen de una campaña europea y contando con los servicios

contemporáneos. El proyecto “recreará el espíritu de la época de las misiones, que son el cimiento y la raíz de la cultura bajacaliforniana, en especial de la Misión de Nuestra Señora de Guadalupe” (Gobierno de Ensenada, 2023c).

Con las estrategias de promoción y la orientación de las bodegas se constata el perfil de los turistas a los que se quiere atraer. En algunas se proporciona la información en español e inglés y en otras exclusivamente en uno u otro idioma. Asimismo, se relevan diferentes aspectos de la cultura del lugar o del país o se menciona que se abreva de la tradición vinícola de zonas de prestigio en el mundo del vino, como Francia o Italia, señalando a sus vinos como “vinos mexicanos con corazón italiano”. En particular, se señala la influencia de Napa, nombrando al Valle de Guadalupe como “el Napa de México”. También se recurre a la herencia indígena, tanto de la zona como de otros lugares del país. Algunos retoman el lenguaje de los antiguos moradores del valle, el kiliwa, nombrando a sus vinos como Jalá (Dios creador), Maat (tierra), etc. La bodega Xecué, que en kiliwa significa “amor”, se nombra así para resaltar el sentimiento que unió a los iniciadores de esa bodega. También se recurre a la espectacular geografía del lugar, sus montañas y valles para designar sus bodegas: Tres Valles, Relieve.

Además, existen desde el acceso a servicios personalizados y exclusivos, como membresías al club de vino de diversas bodegas, que ofrecen determinados vinos, eventos y catas, hasta eventos y grupos privados de Facebook, listas virtuales de socios y servicios con entrada preferencial y descuentos especiales, o los que reciben las sugerencias del enólogo para los vinos que son apropiados para las recetas que se les proporcionan y recomendaciones de maridaje. En otras palabras, se tiene una amplia gama de servicios debidamente jerarquizados para captar a un público con diferentes recursos.

Otro atractivo son los eventos relacionados con el vino. En agosto se realizan las fiestas de la vendimia, con una serie de actividades, como concurso de preparación de paella, venta de vinos, conciertos artísticos y otros eventos, impulsados por Provino y la Secretaría de Turismo del estado. Se llegan a realizar hasta cien eventos entre abril y noviembre (Quiñónez Ramírez, Bringas Rábago y Barrios Prieto, s.f.: 144). Además de dar a conocer las bodegas, los vinos, sus productos y servicios, el dinero que se obtiene de algunos eventos se destina a paliar las necesidades de la zona. Éste es el caso de Viñedos en Flor, que desde hace 15 años canaliza los beneficios a grupos vulnerables y causas

sociales. En 2022, recabó 750 mil pesos, que se destinaron a la construcción de una cancha de fútbol rápido para la casa-hogar El Rancho de los Niños (Gobierno de Ensenada, 2023b). Los recursos de 2023 se destinaron a una preparatoria, ubicada en el ejido El Porvenir.

Siguiendo también las tendencias de cambio en el mundo, se estableció desde hace unos diez años un concurso denominado Vino y Mujer, que convoca a las bodegas donde las mujeres comparten 50% de responsabilidad en las principales áreas. También se han creado espacios de profesionalización, ofreciendo estancias en el restaurante de las bodegas a estudiantes de gastronomía para adquirir experiencia. Se impulsan también proyectos sociales, como una biblioteca con materiales relacionados con la viticultura, la cultura y la historia del lugar, que tiene la bodega Magoni, y el proyecto Ethos y Logos, que es una asociación civil que crea un espacio de “oportunidades donde los jóvenes de la región puedan aprender aspectos con el arte de elaborar barricas, degustar vino y la preparación de deliciosos platillos”, de la bodega Clos de Tres Cantos. En síntesis, es una zona que implementa de manera importante las diferentes actividades del enoturismo, así como las tendencias de la nueva economía de la experiencia, generando grandes ganancias con los cuatro tipos de experiencias: escapista, de entretenimiento, educativa y estética (Sundbo y Sørensen, 2013), además de las actividades de los tres círculos del turismo contemporáneo del vino ya señalados (D’Ament, Saliba y Nayeem, 2023: 29).

Al igual que sucede en otras zonas vitivinícolas, se reconoce la importancia del turismo para este negocio: “La industria no estaría donde está sin el enoturismo”^[26] (D’Ament, Saliba y Nayeem, 2023: 41). Sin embargo, como lo señala este estudio, “las bodegas son negocios multinivel que operan en una industria densa en información y, aunque el turismo enológico y gastronómico a menudo van emparejados, son productos muy diferentes. Las industrias alimentaria y hotelera están bien atendidas en materia de educación y formación. Se ofrecen prácticas para chefs y gestión de restaurantes. Se podrían considerar enfoques similares para el nivel terciario de la industria del vino, la introducción de cursos y asignaturas optativas específicas en títulos de licenciatura relevantes” (D’Ament, Saliba y Nayeem, 2023: 39).

REFLEXIONES FINALES

En este trabajo se abordaron los cambios en la zona vitivinícola del Valle de Guadalupe, del estado de Baja California, que de ser una zona en donde se sembraba uva y otros productos pasó a convertirse en la zona vitivinícola más importante del país, en donde no sólo se experimentaron una serie de cambios en los viñedos y en los procesos de elaboración del vino para obtener productos de calidad, sino que se impulsó un turismo asociado al vino.

El enoturismo ha posicionado la zona como un lugar importante para vivir experiencias diversas. El Valle de Guadalupe es reconocido como un lugar que ofrece una diversidad de experiencias, reflejadas en el enoturismo. De acuerdo con el planteamiento de D'Ament, Saliba y Nayeem (2023), se requieren actividades y servicios en los tres círculos para contar con una experiencia enoturística de calidad; éste es el caso de esta zona, como se ha expuesto en este texto. Asimismo, se crea un territorio en donde se dinamizan una serie de actividades económicas asociadas al vino que permiten la presencia de una gran variedad de empresas. De las tres más grandes y unas pocas más, aumentaron hasta alcanzar una gran diversidad de empresas.

Para cerrar, hay que señalar que faltan estudios para entender no sólo la importancia y el prestigio de la zona, sino los retos que le plantea este desarrollo. Diversos autores, entre otros Meraz Ruiz y Ruiz Vega (2016) y Armenta Cejudo (2004), señalan algunos de esos retos, pero hace falta estudiarlos más a fondo y sus posibles soluciones para contar con un turismo sustentable que garantice el “mantenimiento de la productividad y el ingreso de esta actividad para las futuras generaciones en el nivel de satisfacción de los visitantes y de la población receptora” (Montiel Flores, Díaz Carrión y Lozano Ramírez, 2019: 67, retomando a Zamorano, 2022).

BIBLIOGRAFÍA

- Armenta Cejudo, Ramón Antonio (2004). “Estrategias de mercado en la industria vitivinícola del noroeste de México”. *Región y Sociedad* 16 (31): 119-157.
- Bourdieu, Pierre (1991). *La distinción: criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Cisneros, Víctor (2022). “Valle de Guadalupe, reconocido como una de las mejores regiones vitivinícolas”. *El Financiero*, 3 de agosto [en línea]. Disponible en <<https://www.elfinanciero.com.mx/viajes/2022/08/03/valle->

de-guadalupe-reconocido-como-una-de-las-mejores-regiones-vitivincolas/> (consulta: 5 de agosto de 2023).

- Comité de Planeación para el Desarrollo del Municipio de Ensenada (Copladem-Ensenada) (2021). *Plan Municipal de Desarrollo 2021-2024* [en línea]. Disponible en <<https://copladem.ensenada.gob.mx/planmunicipal/plan-municipal-xxiv-ayuntamiento-ensenada.pdf>> (consulta: 30 de enero de 2024).
- Contreras, Daniel de Jesús, y F. Xavier Medina (2021). “Las fiestas del vino en México: turismo enogastronómico y desarrollo territorial”. *Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad* 8 (24): 126-144.
- Covarrubias, Jorge, y Liz Thach (2015). “Wines of Baja Mexico: A qualitative study examining viticulture, enology, and marketing practices”. *Science Direct* 4 (2): 110-115 [en línea]. Disponible en <<https://doi.org/10.1016/j.wep.2015.11.001>>.
- D’Ament, Genevie, Anthony J. Saliba y Tahmid Nayeem (2023). “Nature and significance of wine tourism. An Australian perspective”. En *Routledge Handbook of Wine Tourism*, editado por Saurabh Kumar Dixit, 29-42. Londres/Nueva York: Routledge.
- Dixit, Saurabh Kumar (ed.) (2023). *Routledge Handbook of Wine Tourism*. Londres/Nueva York: Routledge.
- El Mexicano* (2021). “Recibió Ensenada a más de 56 mil visitantes por arranque de fiestas de la vendimia” [en línea]. Disponible en <<https://el-mexicano.com/estatal/recibio-ensenada-a-mas-de-56-mil-visitantes-por-arranque-de-fiestas-de-la-vendimia/2123254>> (consulta: 1 de agosto de 2023).
- Elías Pastor, Luis Vicente (2006). *El turismo del vino. Otra experiencia de Ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Gobierno de Ensenada (2023). “Se prevé que en 2023 visiten Ensenada más de 6 millones de turistas: Armando Ayala”, 13 de marzo [en línea]. Disponible en <<https://www.ensenada.gob.mx/?p=17527>> (consulta: 2 de agosto de 2023).
- Gobierno de Ensenada (2023a). “Ocupación hotelera deja 900 MDP de derrama económica: Armando Ayala”, 1 de octubre [en línea]. Disponible en <<https://www.ensenada.gob.mx/?p=19565>> (consulta: 2 de agosto de 2023).

- Gobierno de Ensenada (2023b). “Resalta gobierno de Ensenada las bondades de ‘Viñedos en Flor’”, 30 de mayo [en línea]. Disponible en <<https://www.ensenada.gob.mx/?p=18334>> (consulta: 2 de agosto de 2023).
- Gobierno de Ensenada (2023c). “Fundan autoridades y empresarios ‘Sassi del Valle’, segundo reino turístico de México”, 8 de agosto [en línea]. Disponible en <<https://www.ensenada.gob.mx/?p=19010>> (consulta: 2 de agosto de 2023).
- Gobierno de México, Representación Agricultura Baja California (2021). “Arrojó cosecha de vid derrama económica de \$727 MDP en Baja California”, 7 de septiembre [en línea]. Disponible en <<https://www.gob.mx/agricultura%7Cbajacalifornia/articulos/arroj-o-cosecha-de-vid-derrama-economica-de-727-mdp-en-baja-california>> (consulta: 5 de agosto de 2023).
- Gobierno de México, Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (2021a). “Vino mexicano igual a excelencia”, 14 de julio [en línea]. Disponible en <<https://www.gob.mx/agricultura/articulos/vino-mexicano-igual-a-excelencia?idiom=es>> (consulta: 5 de agosto de 2023).
- Gobierno de México, Secretaría de Turismo (2023). “La OMT reconoce el crecimiento y reposicionamiento turístico de México a nivel mundial”, 1 de octubre [en línea]. Disponible en <<https://www.gob.mx/sectur/prensa/la-omt-reconoce-el-crecimiento-y-reposicionamiento-turistico-de-mexico-a-nivel-mundial>> (consulta: 2 de octubre de 2023).
- González Andrade, Salvador (2015). “The economic value chain of wine in Baja California, México”. *Estudios Fronterizos* 16 (32): 97-116.
- Martínez-Pellégrini, Sárah Eva (2018). “La generosidad de los territorios del vino. Desarrollo y calidad de vida en los valles vitivinícolas de Ensenada”. En *Transformaciones productivas, inmigración y cambios sociales en zonas vitivinícolas globalizadas*, coordinado por Martha Judith Sánchez Gómez, Francisco Torres Pérez e Inmaculada Serra Yoldi, 403-434. México: Universidad Nacional Autónoma de México-Instituto de Investigaciones Sociales/El Colegio de la Frontera Norte/Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología.
- Meraz Ruiz, Lino (2013). “La trascendencia histórica de la zona vitivinícola de Baja California”. *Multidisciplina. Revista de la Facultad de Estudios*

Superiores Acatlán 5 (16): 68-87.

- Meraz Ruiz, Lino, Agustín V. Ruiz Vega (2016). “El enoturismo de Baja California, México: un análisis de su oferta y comparación con la región vitivinícolas de La Rioja, España” [en línea]. Disponible en <<http://dx.doi.org/10.14198/INTURI2016.12.04>>.
- Millán Vázquez de la Torre, Ma. Genoveva, Emilio J. Morales-Fernández (2012). “Denominaciones de Origen Protegidas (DOP) y turismo gastronómico: una relación simbiótica en Andalucía”. *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas* (6): 101-121.
- Montiel Flores, Julio César, Isis Arlene Díaz Carrión y Ma. Cruz Lozano Ramírez (2019). “Las buenas prácticas para el enoturismo sustentable en el Valle de Guadalupe, Ensenada, Baja California, México. Un enfoque desde las ciencias sociales y administrativas”. *El Periplo Sustentable* (37): 62-91 [en línea]. Disponible en <<https://rperiplo.uaemex.mx/article/view/9210>>.
- Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV) (s/f). *Base de datos* [en línea]. Disponible en <<https://www.oiv.int/es/what-we-do/data-discovery-report?oiv>> (consulta: 5 de agosto de 2023).
- Organización Mundial del Turismo (ONU Turismo) (2023). “El crecimiento del turismo enológico para la inclusión y la sostenibilidad” [en línea]. Disponible en <<https://www.unwto.org/es/news/el-crecimiento-del-turismo-enologico-para-la-inclusion-y-la-sostenibilidad>> (consulta: 2 de agosto de 2023).
- Quinónez Ramírez, José de Jesús, Nora L. Bringas Rábago y César Barrios Prieto (s.f.). “La ruta del vino de Baja California” [en línea]. Disponible en <<https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf18/articulo8.pdf>>.
- Rojas Aguilera, Gonzalo (2019). *Estado del Arte del Turismo del Vino a Nivel Global. Informe 2019*. Santiago de Chile: Infyde-Vinifera [en línea]. Disponible en <https://www.academia.edu/40040310/ESTADO_DEL_ARTE_DEL_TURISMO_DEL_VINO_A_NIVEL_GLOBAL>.
- Ruiz Ríos, Rogelio E. (2008). “Disputas por la tierra en el Valle de Guadalupe, Baja California, en la década de 1950. El establecimiento del poblado Francisco Zarco”. En *Agua y tierra en México. Siglos XIX y XX*, vol. 2, coordinado por Antonio Escobar Ohmstede, Martín Sánchez Rodríguez y

Ana María Graciela Gutiérrez Rivas, 441-465. México: El Colegio de Michoacán/El Colegio de San Luis.

Secretaría de Fomento Agropecuario. Oficina Estatal de Información para el Desarrollo Rural Sustentable (2011). *Estudio estadístico sobre producción de uva en Baja California* [en línea]. Disponible en <<https://www.nacionmulticultural.unam.mx/empresasindigenas/docs/1873.pdf>> (consulta: 15 de marzo de 2022).

Sundbo, Jon, y Flemming Sørensen (eds.) (2013). “Introduction to the experience economy”. En *Handbook on the Experience Economy*, editado por Jon Sundbo y Flemming Sørensen, 1-18 [en línea]. Disponible en <<https://doi.org/10.4337/9781781004227>>.

Vázquez Elorza, Ariel, Norma Consuelo Borrego Pérez, Adolfo Federico Herrera García y Ever Sánchez Osorio (coords.) (2022). *La industria vitivinícola mexicana en el siglo XXI: Retos económicos, ambientales y sociales*. México: Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología/Centro de Investigación y Asistencia en Tecnología y Diseño del Estado de Jalisco.

Vinitácora. Bitácora Personal de Vinos y Vinícolas Mexicanas (2019). *Página web* [en línea]. Disponible en <<https://vinitacora.mx/>>.

[Notas]

- [1] Encuesta elaborada en el marco del proyecto “El impacto del Covid-19 en zonas vitivinícolas de Argentina, México, Estados Unidos, Canadá y España”. Se realizó una base de datos con las direcciones, los teléfonos y los correos electrónicos de las bodegas del Valle de Guadalupe. Se hicieron llamadas telefónicas para explicar el proyecto e invitar para contestar la encuesta en línea. En los casos que no se pudo establecer comunicación con nadie, se mandó un correo electrónico con el mismo fin. Se enviaron las encuestas y para la fecha en que se escribió el presente capítulo se habían recibido veinte respuestas. Se realizaron 15 entrevistas entre dueños de bodegas, dueños de otros negocios que tienen una marca propia de vino y productores de uva.
- [2] Traducción de la autora.
- [3] Traducción de la autora.
- [4] Traducción de la autora.
- [5] Se considera que el turismo sostenible “tiene la capacidad de aumentar y mejorar la producción vinícola, intensifica la competitividad tanto de la actividad productiva como turística, mejora la calidad de vida de los ciudadanos, todo ello a través del respeto al medio ambiente” (Rojas Aguilera, 2019: 3).
- [6] En éste “se incluyen al turismo cultural, rural, agroturismo y enoturismo, que enarbola prácticas más respetuosas con el entorno y muestra mayor interés por la cultura y las tradiciones locales. En este segmento las experiencias y vivencias del visitante se convierten en la parte fundamental del viaje” (Quiñónez Ramírez, Bringas Rábago y Barrios Prieto, s.f.: 136).
- [7] Turismo cultural, como parte del turismo rural, que incluye “las rutas gastronómicas, basadas en el conocimiento y disfrute de productos alimenticios autóctonos, de la cultura regional y que integran actividades diversas como recorridos por carretera y caminos donde el disfrute de la belleza paisajística, los atractivos históricos y culturales y la gastronomía van de la mano” (González, 2011, en Millán Vázquez de la Torre y Morales-Fernández, 2012).
- [8] Esto se explica porque México no tuvo medidas restrictivas de aislamiento y recepción de turistas durante el Covid-19.
- [9] Obtuvo el tercer lugar como una de las regiones vitivinícolas del continente en los “10 USA Today 10 best Readers Choice 2022” (Cisneros, 2022).
- [10] El estado de Baja California, situado al noroeste del país, en una estrecha península entre el golfo de California y el océano Pacífico, a cien kilómetros hacia el sur de Estados Unidos.

- [11] Baja California pasó de representar 90% de la producción del vino en el país en 2004 a 70% en 2021. Actualmente, la producción del vino en México se realiza en 14 estados. La producción de vinos en 2022 es de 396 (1,000 hl) (que representa 0.2% de la producción mundial) e importa 872 (1,000 hl). Ocupa el 35° lugar como productor mundial y el 23° lugar como importador. Cuenta con una superficie de viñedos de 35,955 ha (datos de 2021), ocupando el 33° lugar en el *ranking* mundial. El consumo para el mismo año es de 1.1 litros *per capita* (Organización Internacional de la Viña y el Vino). El vino ocupa el segundo lugar, con 11.07% de las bebidas alcohólicas; el primer lugar lo tiene la cerveza, con 77.76% (Vázquez Elorza *et al.*, 2022: 37).
- [12] El Valle de Guadalupe se encuentra en el municipio de Ensenada, dos horas al sur de la ciudad de San Diego, California, y entre las ciudades de Tecate (85 kilómetros al sur) y Ensenada (25 kilómetros al norte). Geográficamente, está ubicado en la latitud de los países o regiones productoras de vino por el tipo de clima y suelo.
- [13] La página del Gobierno de México señala que en el país son ocho mil 431 hectáreas las que se destinan a la elaboración de vinos y otros productos industriales y más de cincuenta variedades de uvas (Gobierno de México, 2021a).
- [14] Esa variedad es para la producción de uva para fruta.
- [15] En el Valle se asientan las localidades de Francisco Zarco, El Porvenir y Artículo Ciento Quince (con más de mil habitantes; la que más habitantes tiene es la primera, con 4,334), San Antonio de las Minas (con 893 habitantes), San Antonio Necua, Lucio Blanco, Parcela Treinta y Dos, Tierra Santa y San Marco (con menos de quinientos habitantes), y 408 viñedos, ranchos y propiedades familiares de entre uno y ciento cincuenta personas, entre otros, El Tigre, Ignacio Zaragoza, Las Lomas y Lomas de San Antonio. Es el Valle en donde se encuentra el mayor número de bodegas (Vázquez Elorza *et al.*, 2022: 433).
- [16] Para ilustrar el proceso de cambio, a partir del año 2000 incluimos el dato cada cinco años.
- [17] El Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT, por sus siglas en inglés) redujo en 1985 los aranceles, iniciando con los bienes intermedios y de capital, y en 1988 con la mayoría de los bienes de consumo.
- [18] Covarrubias y Thach (2015), tomando el dato de Laube (2014), señalan sesenta bodegas en 2014.
- [19] Es la más antigua de la zona y la que impulsó el cultivo de la uva. Además de la producción de vino, es una importante productora de uva; exporta uva de mesa y provee de uva a la industria regional, principalmente a las otras dos grandes compañías de la zona (Armenta Cejudo, 2004).
- [20] Domecq inicia en 1948. Se encuentra en siete estados de la República Mexicana y elabora diversas bebidas alcohólicas. En Baja California, mediante su subsidiaria Vides de Guadalupe, que elabora “vinos de mesa que transforman las variedades industriales de uva en productos intermedios que se envían a México donde se les da el tratamiento final de añejamiento y embotellado para comercializarlos por su red de distribuidores a todo el

país y el extranjero” (Armenta Cejudo, 2004: 133-134). En 2012 se vendió al grupo Pernod Ricard México y en 2017 se vende a las empresas González Byass y Grupo Emperador.

- [21] En 2001, L.A. Cetto producía 650 mil cajas con nueve botellas; Vides de Guadalupe, 600 mil; Santo Tomás, 80 mil; Monte Xanic, 30 mil; Chateau Camou, 15 mil; las pequeñas bodegas de Baja California, 10 mil; bodegas del resto del país, 140 mil. Se importaban 1.750,000 cajas y se exportaban 305 mil (Armenta Cejudo, 2004: 23).
- [22] L.A. Cetto es un grupo de capital 100% nacional. Fue fundado por un inmigrante italiano, Angelo Cetto, que inició con el cultivo de la uva para elaboración de vinos y crea la empresa Productos de Uva, S.A. de C.V. en 1937. Además de la producción de uvas, reúne los segmentos de añejamiento y embotellado de los vinos que se producen en los valles de Ensenada. En 1974 inicia la empresa L.A. Cetto en el valle de Ensenada y cuenta con otras compañías en diversos estados de la República Mexicana que se dedican a la producción de jugos, néctares, vinos y sidras. Es la vinícola más grande del país, con 25 millones de litros “que le permiten penetrar en distintos mercados, tanto en el de vinos exclusivos como en el de precios más accesibles” (Armenta Cejudo, 2004: 135-136).
- [23] Es una guía elaborada por una mujer empresaria y *sommelier* con el apoyo de Tru Miller, dueña de una bodega en la zona y vínculo con los productores del Valle de Guadalupe.
- [24] Una sin dato.
- [25] La ruta es un corredor discontinuo que va de norte a sur y atraviesa los municipios de Tecate, Tijuana y Ensenada. Se compone de ocho valles: Tijuana, Tecate, Guadalupe, El Tule, Ojos Negros, Uruapan, Santo Tomás y San Vicente (Quiñónez Ramírez, Bringas Rábago y Barrios Prieto, s.f.: 137). El Ministerio de Industria, Turismo y Comercio de España dice: “El concepto de ruta del vino consiste en constituir en determinados destinos rurales con orientación clara hacia el turismo cultural y rural un producto integrado basado en las actividades vitícolas, gastronómicas y culturales, acompañado por una amplia oferta de alojamiento con servicios relacionados con dicha actividad (enotecas, vinotecas, museos del vino, mueblerías especializadas) así como una amplia oferta de actividades complementarias como golf, hípica, oferta comercial, restaurantes, oferta nocturna” (Elías Pastor, 2006).
- [26] En su estudio mencionan que las respuestas a la importancia y naturaleza del turismo en la región que analizan, Australia, están representadas en la siguiente expresión: “Es todo, para ser honestos; pienso que, si no tuviésemos enoturismo, no estaríamos aquí” (D’Ament, Saliba y Nayeem, 2023: 29).

Chile: Vino, globalización y calidad

Patricia Tomic^[1]

Ricardo Trumper

[\[Regresar al contenido \]](#)

Y están los vinos, esos caldos que ayudan al convivio y son la segunda sangre del chileno.
Orestes Plath.

Drinking is essentially a social act, performed in a recognized social context.^[2]
Mary Douglas.

INTRODUCCIÓN

En 1970, el presidente Salvador Allende reivindicaba la cultura popular chilena cuando hablaba de la revolución socialista a la chilena como una revolución “con sabor a vino tinto y empanadas”. El pueblo chileno había tomado vino por generaciones: 59 litros de vino *per capita* al año en 1970, cuando Allende fue elegido presidente. El vino simbolizaba la cultura chilena; también diferencias culturales de Chile con el resto de América Latina, “vino tinto a secas para las mayorías *versus* vino afrancesado para las clases altas”, las que eran parte de una cultura que miraba a Europa para identificarse, desde importar mármoles de Carrara hasta tomar vino producto de variedades importados de Francia.

Sólo tres años duró el gobierno de Allende. Luego vino el golpe civil militar, un golpe refundacional, donde las clases dominantes retomaron el poder, pero en lugar de reproducir el capitalismo desarrollista con ribetes latifundarios que había dominado en Chile desde la década de los años treinta, edificaron un modelo neoliberal altamente concentrador, caracterizado por un sistema productivo extractivista ligado al mercado mundial. Por un lado, represión; por otro, transformación de la economía, años de pobreza, y un profundo y sistemático cambio cultural. Entre estos cambios, la transformación de los hábitos alimenticios de la población, la transformación del campo y un nuevo rol del vino como un producto de exportación. El vino chileno se convirtió en

parte de las cadenas mundiales, producido y comercializado fundamentalmente por grandes compañías nacionales y extranjeras inmersas en los mercados financieros mundiales. Tanto es así que la proporción de vino para la exportación en Chile respecto a la producción total es la más alta del mundo. Los vinos de exportación son productos de varietales y tecnologías adecuadas al gusto de los mercados mundiales en los que se vende el vino chileno, sobre todo tintos, como cabernet sauvignon y carmenere, y en menor medida blancos, como sauvignon blanc y chardonnay. Pero este tinto ya no es el tinto del que hablaba el presidente Allende. A partir de la dictadura, el pueblo chileno dejó de consumir vino habitualmente; la cultura popular destinó el vino a ocasiones muy especiales y en el Chile contemporáneo el vino no es una de las bebidas favoritas de la juventud.

CALIDAD/GUSTO

El término *calidad* es desde luego problemático. Es un término subjetivo y sin embargo ampliamente utilizado en el mundo globalizado, y en particular en el de la viticultura. Elena Gadea, María Brignardello y Francisco Torres (2018: 66) argumentan que “la calidad y los criterios que la definen no presentan (...) formas fijas u objetivas, sino que constituyen el resultado de una construcción social continuamente recreada. La calidad es un territorio en disputa”. Por otra parte, para Jens Beckert, Jörg Rössel y Patrick Schenk (2014) las diferencias de calidad que se asignan a los vinos no son producto de las características sensoriales de éstos; tampoco son producto del azar. Postulan, por el contrario, que “las variaciones en valor se deben a procesos sociales en los cuales la calidad es construida y disputada” (Beckert, Rössel y Schenk, 2014: 2). La etiqueta de un vino de la viña Casa Donoso, cabernet sauvignon, gran reserva, producido como vino de exportación, de precio medio, dice “dentro de su perfil aromático encontramos fruta negra, tal como moras, ciruelas e higos, asimismo suaves notas mentoladas. Se guarda en barricas, hace resaltar tostados. En boca presenta buena estructura, taninos presentes, acidez balanceada y un intenso final”. Siguiendo la lógica de la discusión anterior sobre qué es calidad, cabe preguntarse si es posible que un consumidor o una consumidora, en general, puedan siquiera acercarse a distinguir el complejo de características adscritas a esta botella de vino en su etiqueta.

El concepto de *calidad* en el vino es simplemente una figura discursiva que oscurece la estandarización de procesos productivos, varietales, relaciones de producción, gustos y culturas, todo lo que en un mundo globalizado y bancarizado en gran medida permite que grandes capitales funcionen exitosamente en la viticultura. Volviendo a Gadea, Brignardello y Torres (2018: 67), la calidad “se ha convertido en un indicador empresarial y comercial, con el acceso a mercados y segmentos de alto valor añadido, a la vez que en un elemento disciplinador de los distintos agentes de la cadena”. También añaden que la implementación de la idea de calidad en el vino conduce a “cambios en los patrones de consumo, con el aumento de la preferencia por vinos de mayor precio y jóvenes diferenciables, a costa del consumo de vinos comunes tradicionales” (Gadea, Brignardello y Torres, 2018: 66). Esto, a su vez, produce una disminución del consumo de vino en países que lo tomaban en cantidades significativas, incluyendo una baja en el consumo de las clases trabajadoras y grupos de menores ingresos, así como su alienación cultural del vino.^[3] Lo que surge es una transformación del “gusto”. Por un lado, cambia lo que se considera como sabor de “vino de calidad” y, por otro, se transforma el rol que juega el gusto en la relación *vino-jerarquía social*. De ahí que teorías sociológicas del gusto abran caminos teóricos para analizar el impacto de la imposición de nuevas calidades en el consumo del vino chileno y su rol en la consolidación del neoliberalismo como estructura económica, política, social y cultural a partir de la dictadura civil militar que comenzó en 1973.

Krishnendu Ray (2017) enfatiza que en tanto las teorías sociológicas del *gusto* ponen un énfasis casi exclusivo en la conexión entre gusto y jerarquía social, reduciendo el gusto a lo político y social, otras posiciones ven que el gusto es algo meramente autónomo, determinado por las papilas gustativas sin conexiones con clase, raza, género o nacionalidad. Es indudable, dice, que el gusto tiene ciertas conexiones con las papilas gustativas y por lo tanto ciertos vinos pueden tener impacto en las preferencias de las y los consumidores, pero también el gusto de las personas está conectado a distinción, a procesos civilizatorios y a poder, de tal manera que beber vino o preferir ciertos vinos a otros, conocer o saber de vino está más ligado a lo social, cultural y político que a los sentidos. Por otra parte, Sucharita Kanjilal (2021) sugiere que el *gusto* tiene una relación con *poder* en términos de ideología y economía política que tiene que ser legible dentro de una cierta cultura e implica una negociación intersubjetiva entre deseo, disgusto, interés y desinterés. Para ella, entender la

relación entre poder y gusto requiere considerar los aportes teóricos tanto de Bourdieu (1991) como de Althusser (2001) y de Mintz (1986). Así, un gusto puede ser aceptado en un nuevo contexto cultural, en respuesta a fuerzas políticas y económicas, pero para esto requiere una mediación que lo lleve más allá que las experiencias individuales. Sin embargo, para Kanjilal (2021) estas dos condiciones no son suficientes y es necesario, además, agregarle afecto, la capacidad del gusto de llegar al corazón, de conmover positiva o negativamente.

La posición teórica de Kanjilal (2021) sobre el gusto y lo social, cultural y político es relevante para entender al caso del vino chileno. Este capítulo lo estudia bajo este prisma teórico, con el propósito de analizar las nuevas relaciones de la población con los nuevos gustos de un vino producido con cepas y tecnologías acordes al mercado mundial, siendo Chile un país altamente segregado por clase y, por lo tanto, con un alto porcentaje de personas incapaces de acceder regularmente a vinos con precios internacionales.

Aunque existe una variedad de canales para abordar el estudio cualitativo de la relación entre el vino, la globalización y la calidad, como, por ejemplo, miradas al papel de los supermercados y tiendas especializadas en su comercialización, o al espacio de las viñas conectadas al turismo y la degustación y venta de vinos, o el canal de las clases de degustación y las revistas especializadas en la promoción de vinos finos, luego de examinar la literatura existente, y de un estudio preliminar netnográfico[4] sobre vino, este capítulo se concentra principalmente en un estudio cualitativo de restaurantes, reconociendo su rol principal en las conexiones entre vino, clase, poder y en la reformulación de las clases dominantes chilenas como cosmopolitas y conectadas al hedonismo individualista del neoliberalismo. Una parte fundamental de la metodología de este estudio consistió en visitar, observar y experimentar en restaurantes que aparecen con frecuencia tanto en la prensa como, sobre todo, en los principales medios de difusión mediáticos de la era actual de internet, además de estudiar la literatura relevante para el caso chileno, *blogs*, revistas especializadas, páginas *web* y periódicos con información relevante al análisis.

VINO, OLIGARQUÍA Y PUEBLO

En su estudio de las cocinas migrantes en Estados Unidos, Krishnendu Ray (2017) sostiene que nada devalúa más una cocina que su proximidad a los grupos subordinados a los cuales rara vez se les arroga capital cultural. La cocina chilena es un caso paradigmático de esta devaluación, sobre todo considerando al vino como alimento. Esta sociedad escindida por clase y raza se refleja históricamente en la cocina y particularmente en el consumo de vino. En los años cercanos a 1850, las clases altas chilenas, las que monopolizaban la tierra en grandes haciendas y determinaban la producción de uva y vino, comenzaron a bifurcar su producción y su consumo. Hasta entonces, la uva que se plantaba era de las variedades traídas por los colonizadores españoles, las uvas criollas como uva país, moscatel de austria, pedro giménez y torontel. El vino que se producía lo consumía en gran medida el pueblo, las clases trabajadoras del campo y la ciudad (Del Pozo, 1998). De esos años en adelante, los grandes terratenientes de Chile central específicamente, dentro de un proceso más general de mecanización del agro, comenzaron a plantar varietales traídos de Francia y a procesar y producir vino de esos varietales. También empezaron a contratar técnicos venidos de Europa, sobre todo de Francia, para producirlo. Hubo una transformación parcial de la vitivinicultura con la formación de lo que se llamó “viñas francesas”, que producían vinos a semejanza de los de Burdeos y Borgoña, que no tuvieron una gran demanda al interior del país pero permitieron a las clases altas reemplazar, al menos en parte, la importación de vinos franceses.[5] El vino de “calidad” que comenzó a elaborarse se contraponía a los productos alcohólicos que consumía la gran masa de la población, ya sea chicha, chacolí, vinos de “calidad inferior” y aguardiente. Así es como desde mediados del siglo XIX los mercados internos del vino fueron diferenciados de acuerdo con la clase social de las personas que los consumían. Se establecieron sistemas de producción diferenciados para producir vinos diferentes para satisfacer gustos marcados por ingresos diferenciados y por culturas segregadas por clase social. Los discursos sobre la calidad del vino comenzaban así a sedimentarse en la sociedad chilena siguiendo discursos de clase.

Estos sistemas de producción se mantuvieron relativamente estables hasta la década de los setenta. Hasta mediados de esa década del siglo pasado, en Chile, la producción de vino en grandes cantidades mantenía los precios bajos, alimentando un elevado consumo, uno de los principales artículos de la dieta chilena[6] y un elemento importante de la cultura como parte del

entretenimiento y la masculinidad. El alcohol tuvo un rol central en las tareas mineras del norte del país; fue muchas veces parte de las formas de pago en las haciendas del sur y uno de los productos que se vendían a plazo y a altos precios en las pulperías[7] de fundos y zonas mineras. Desde la segunda mitad del siglo XIX y hasta entrado el siglo XX, el alcoholismo se convirtió en uno de los elementos centrales de la llamada “cuestión social”, que englobaba la miseria del pueblo, las tasas de mortalidad infantil más altas del mundo, la habitación paupérrima de los conventillos,[8] la explotación y represión en las minas, el inquilinaje y control del campesinado. El alcoholismo fue un elemento de preocupación de los movimientos políticos populares, del anarquismo, de los sindicatos, de sociedades de temperancia y otras organizaciones políticas y de trabajadores, de intelectuales, de médicos, de la policía y del Estado. De la mano de la ideología racista que dominaba la producción intelectual de las clases dominantes, el alcoholismo se asoció a la genética, considerándose hereditario y el origen de la degeneración racial (Fernández *et al.*, 2010; Romero, 2007). Irónicamente, la vitivinicultura continuó siendo una de las actividades agrícolas más rentables y, dado el poder de los terratenientes, las leyes de alcoholes para controlar su producción, venta y consumo se dictaron lentamente y en general favorecieron la producción de vino (Fernández Labbé, 2005).

Al mismo tiempo que se legisló para favorecer la producción de vino, el discurso de los técnicos y expertos franceses contratados por los grandes terratenientes de Chile central en el siglo XIX se fue haciendo hegemónico. Influyentes intelectuales europeos residentes en Chile, como Claudio Gay, Julio Menadier y René Le Feuve, pusieron las bases de “un discurso que tendía a valorar todos los elementos franceses como los únicos válidos, y a la vez, negar los méritos que la viticultura chilena había construido durante tres siglos” (Lacoste *et al.*, 2015: 91). Este discurso, paralelo a la construcción de las aristocracias chilenas como blancas y europeas, se fue imponiendo y haciendo que los productos alcohólicos de cepas criollas, como la chicha, el chacolí y el vino pipeño, fueran perdiendo importancia y al mismo tiempo reforzando el discurso de la superioridad de las clases “cultas”. El “buen gusto” fue parte de la gastro-política chilena,[9] donde lo que se come y se bebe delimita y establece jerarquías de clase, legitimando no sólo pertenencia, sino también poder, y la coherencia de clase de los grupos dominantes, junto a la sumisión de los grupos dominados. Así, las ramificaciones de establecer la calidad del vino como algo

puramente objetivo y técnico, de instituir qué vino debe gustar o no gustar, llegan hasta las esferas económica, política, social y cultural.

Así, ya a partir de la década de los treinta el vino reemplazó a la chicha, al chacolí y al pipeño como la bebida alcohólica principal consumida en el país. La uva de variedades francesas fue reemplazando las uvas criollas, sobre todo en el Chile central. Sin embargo, Chile siguió produciendo dos tipos de vinos, uno para las clases acomodadas y otro para el pueblo. El vino consumido por las clases altas no se asociaba con el consumido por la gran mayoría de la población en restaurantes, hogares, cantinas, bares, tabernas y lugares clandestinos. También, en gran medida, el vino se diferenciaba en blanco y tinto y el maridaje era sólo entre vinos tintos para carnes y pastas frente a vinos blancos para acompañar aves y productos del mar. La diferenciación entre los vinos franceses o finos y los vinos de cepas criollas se hacía en el envase. Por un lado, el vino a granel (el vino litreado), que venía en garrafas, damajuanas y chuicos, para las clases trabajadoras y, por otro, el vino en botella para las cepas francesas. El pueblo consumía cañas o vasos de vino en bares y tabernas, en tanto que las clases altas bebían vino en copa en clubes, bares y restaurantes exclusivos. Saber beber ciertos vinos, elegir el vino adecuado y saber disfrutarlo reafirmaba la clase social, la idea de distinción de Bourdieu (1991) y del proceso civilizatorio de Elias (1998). El vino era un producto de consumo más para las clases medias y altas, en tanto que representaba un símbolo de masculinidad para los grupos populares; era parte de la dieta alimenticia diaria y de la entretención. Memoria Chilena, un proyecto de la Biblioteca Nacional de Chile, enfatiza que el vino se estableció históricamente como parte de la memoria, de la cultura nacional. Más bien se instaló como dos culturas, como dos espectáculos, como dos consecuencias, como dos procesos productivos, uno distinguido, y del cual enorgullecerse como nación, y el otro degradante, que estigmatizaba a trabajadores y campesinos.

No fue sino hasta los años setenta que el presidente Salvador Allende trató de reapropiar la cultura del vino popular, de hacerla parte de la construcción de un Chile nuevo con el *slogan* de “la revolución del vino tinto y la empanada”. Indudablemente, cuando Allende tomó el gobierno el vino aún tenía un rol importante en la dieta nacional. En los años setenta, el consumo de vino *per capita* alcanzaba cerca de sesenta litros al año. Tal vez ésta fue una de las razones por las cuales la reforma agraria, comenzada en los años sesenta y acelerada por el gobierno de la Unidad Popular, no tocó los intereses de los

productores de uva y vino. Por otra parte, se reconocía la producción vitícola como más moderna que el latifundio tradicional, a los trabajadores del área como más proletarizados y la producción de vinos como suficiente para la demanda nacional.

VINO, NEOLIBERALISMO Y GLOBALIZACIÓN

El golpe militar que derrocó al gobierno de Salvador Allende en 1973 puso fin a la sociedad desarrollista que ordenaba Chile con un Estado estructurador conducente a un Estado de bienestar, pleno empleo, movilidad social y una economía industrializadora de sustitución de importaciones y producción orientada al mercado interno. Bajo este esquema, el vino, como la mayoría de los productos chilenos, se producía para el mercado interno, diferenciado por clase, pero con el vino incorporado a la dieta y la cultura popular. En el nuevo esquema impuesto a partir de la dictadura civil militar, basado en teorías neoliberales, el consenso de Washington y los intereses de la oligarquía, el vino se convirtió en un producto más de una economía extractiva,[10] orientada a la producción para exportar y controlada por grandes conglomerados nacionales y extranjeros. Como resultado, el consumo de vino a nivel nacional cayó de 59 litros *per capita* en 1972 (Vinos de Chile, 2014) a 13 litros en la segunda década del siglo XXI y dejó de ser una parte importante de la dieta del pueblo y el símbolo de la cultura nacional a que se refería Salvador Allende. El vino pasó a ser parte de un mercado mundial con gustos estandarizados y globales establecidos por una economía y cultura globalizadas.[11]

El proceso de incorporación de la viticultura chilena al mundo globalizado a través de la sociedad neoliberal con una orientación extractivista ha sido descrito por académicos como Del Pozo (1997), quien sostiene que a partir de los años ochenta, capitales internacionales en asociación con viticultores medianos, junto con grandes conglomerados nacionales, reorientaron la producción hacia el mercado exportador. La dictadura, hostil a las clases populares y cercana a los intereses y valores de la oligarquía agraria, estableció un proceso de contrarreforma que incentivó un capitalismo agrario ligado a las cadenas globales de producción y consumo. En el caso de la viticultura, la dictadura derogó una ley que databa de 1938 que establecía límites a la cantidad de tierra dedicada a la uva para la fabricación de vinos. La reacción inmediata fue un aumento exponencial de la producción que no encontró eco

en la demanda interna. Por un lado, el mercado interno estaba limitado por la pauperización de grandes estratos de la población, que se acentuó con las crisis cíclicas que afectaron a la economía neoliberal, la represión de las organizaciones de trabajadores, la concentración de la riqueza y la mercantilización de la educación, la salud y las pensiones, que provocaron gastos importantes en las familias y obligaron a reorientar el consumo familiar. A esto hay que añadir que largos años de toque de queda afectaron negativamente a bares, restaurantes y cantinas.

Aun la caída temporal del precio interno del vino en los años ochenta no fue capaz de incrementar la demanda. Aunque los niveles de pobreza alcanzados durante el gobierno de la dictadura disminuyeron drásticamente a partir de los años noventa, el consumo de vino no se recuperó. También la transformación cultural condujo y sigue conduciendo a la recreación de la persona en lo que puede definirse como *la persona neoliberal*, para la cual el consumo asociado al placer y sus satisfacciones se convierte en un fundamento estructural (Araujo, 2017). La transformación de la cultura vino acompañada de altos precios relativos del vino comparados con los de la cerveza y los destilados. Incluso en los momentos más exitosos del modelo neoliberal en los años noventa y principio del siglo XXI, el consumo de vino fue bajo y perdió importancia frente a otros bebestibles. Aunque el vino se consume ocasionalmente, las bebidas azucaradas tienen un lugar central dentro y fuera del hogar. Chile tiene el consumo de calorías a través de bebidas gaseosas más alto del mundo, con cerca de doscientos litros por habitante al año. La Encuesta Nacional de Consumo Alimentario muestra que 81.2% de la población las consume, un dato que va en ascenso a medida que disminuye el estrato socioeconómico.^[12]

A partir de los años ochenta, las políticas de la dictadura de insertar a Chile en las cadenas globales de producción incentivaron la entrada de capitales extranjeros en la viticultura y facilitaron la promoción de las exportaciones. Estos capitales y la creciente articulación de Chile a una economía y cultura globalizada fueron decisivos. Tanto los capitales extranjeros como los conglomerados nacionales que adquirieron las viñas y tierras de las empresas existentes (Del Pozo, 1997 y 1998) —crecientemente inmersos en los procesos de concentración, globalización y bancarización global— se embarcaron en transformaciones productivas que a su vez transformaron el vino para hacerlo una mercancía cuyos sabores se adecuaron a los sabores establecidos por la globalización del gusto. Hoy el vino es uno de los productos importantes de la

economía extractiva exportadora. Chile es el quinto país exportador de vino a nivel mundial. Es posible decir que el proceso de globalización del vino chileno ha significado una desdemocratización del consumo de vino y un cambio dietético y cultural sustantivo. Este mismo proceso, con características marcadas por particularidades locales, se extendió a otras partes del mundo (véanse, por ejemplo, Heredia, 2015; Gadea, Brignardello y Torres, 2018).

En Chile, como ya se ha señalado, las cifras de consumo de vino dentro del país cayeron a la cuarta parte de lo que eran antes de la conversión de la producción de uva y vino a las cepas y variedades aceptados a nivel global, a la vez que se transformaron los conocimientos, las tecnologías, los procesos productivos y las relaciones de producción. Por otro lado, la producción de vino aumentó de alrededor de 282 mil litros en 1990 a alrededor de 1,343 millones de litros en 2021. En 1990, cuando la dictadura civil militar entregó el gobierno a una coalición civil, se exportaron 42 millones de litros. Ya en 1995, las exportaciones llegaron a 125 millones de litros (Del Pozo, 1997) y en 2021 a 908.8 millones de litros, reflejando la homologación del vino producido en Chile a los gustos y las culturas estandarizadas internacionalmente.

De ahí que para producir vino hoy en Chile se utilice una tecnología similar a la que se usa en los otros países que son parte de la globalización del vino; variedades tintos como cabernet sauvignon, carmenere y syrah, y variedades blancos como chardonnay y sauvignon blanc, todos los cuales dominan la producción y se elaboran fundamentalmente para exportar, mientras que variedades como moscatel de alejandría y país aún sobreviven, pero en forma relativamente marginal. La mayor parte de los cultivos de exportación se realizan en áreas designadas como “denominación de origen” y reciben la designación de vinos finos y ultrafinos y su destino es el mercado global.^[13] Es la aproximación a la producción con técnicas y variedades internacionales y la influencia de enólogos entrenados en sistemas de enseñanza —y a menudo trabajo— en el exterior lo que junto con la zonificación en denominaciones de origen prescribe la designación de superfinos y finos para algunos productos. A su vez, los vinos designados como superfinos y finos reciben precios más altos. En último término, la *calidad* está determinada en parte importante por la aproximación de los vinos chilenos a los vinos producidos globalmente con tecnologías establecidas y para paladares entrenados a sabores aceptados internacionalmente, donde enólogos y *sommeliers* juegan un rol simbólico importante. Los vinos producidos en zonas que no están dentro de la

clasificación de denominación de origen o de cepas que no son reconocidas internacionalmente como deseables son los vinos *no finos*, denominados en Chile como vinos corrientes y vinos masivos. Estos últimos tienen precios menores y en el caso de los masivos son envasados en cajas de cartón revestido (tetra) o vendidos en botellas de un litro o más. De ahí que precio y calidad están íntimamente ligados en un círculo vicioso que se intersecta con la clase social de los consumidores y con la educación de sus paladares. Sin embargo, como planteamos en este capítulo, es posible que ciertos paladares excepcionales puedan reconocer detalles imperceptibles para otros; el rol de los sentidos no desaparece, aunque esté marcado por distinción al estilo de Bourdieu (1991), que a su vez disciplina paladares en jerarquías preestablecidas.

Paul Geary (2020) recalca que el gusto es un término escurridizo; se puede referir a la sensación del gusto, a los gustos en arte o cultura, a desear algo. En el caso del vino, también el gusto es escurridizo. Además de la sensación de gusto y del sabor del vino, el gusto se refiere a clase social, al capital cultural, social y simbólico; se refiere a conocer el origen del vino, saber sobre el país o región de donde proviene, entender sobre *terroir*, sobre Parker y puntajes; se refiere también a la capacidad de saber cómo beberlo, qué copas utilizar, cómo y cuándo se requiere un decantador, qué vino poner en un cubo con hielo; saber con qué otros alimentos se debe acompañar, en qué ocasiones es apropiado servirlo. En tanto, los gustos son producidos, reproducidos, consolidados, transformados y reorganizados (Geary, 2020), y en tanto que tengan un rol en la reproducción de clases y culturas, hay mediadores para aquellos que los aprenden y reaprenden. Ahí juegan un papel esencial las revistas, los *blogs*, los cursos de degustación, los *sommeliers* y chefs, los restaurantes, los viajes y el turismo.

Las clases sociales chilenas con mayores ingresos consumen los vinos de mayor precio; buscan y disfrutan de distinción (Bourdieu, 1991), participando en la danza del consumo, siguiendo pautas de gustos preestablecidos a los que se van acostumbrando; o, más bien, van siendo acostumbrados. Cuando el resto de la población consume vinos, elige los más baratos, masivos o corrientes. Todavía la mayor parte de los consumidores de vinos corrientes y masivos los adquieren en supermercados y botillerías, fundamentalmente vinos tintos que la cultura popular, la que aún persiste, ha asociado con carnes y pastas. El incentivo de este consumo es el precio y a veces la marca.

Generalmente este vino se consume en hogares, pero no habitualmente, sino en reuniones familiares, fiestas y asados y sólo esporádicamente fuera de la casa, en bares y restaurantes (Vinos de Chile, 2020). Cabe también destacar el fenómeno de la relación de la juventud con el vino en el Chile de hoy. Los estudios existentes muestran que en Chile la mayor parte de los consumidores de vino tienen más de 45 años (Schnettler y Rivera, 2003; Jiménez *et al.*, 2006). Los jóvenes, en general, consumen vino sólo ocasionalmente; la reproducción del gusto por el vino es mínima para este estrato etario (Guiñez Cabrera y Cornejo Saavedra, 2016).

TRABAJO REMUNERADO, VINO Y VIDA COTIDIANA

Cecilia Díaz-Méndez e Isabel García-Espejo (2017) muestran que en España una de las razones para comer fuera de casa es el utilitarismo; vale decir, para ahorrar tiempo o dinero, o como una solución para la desincronización de una sociedad que se organiza fundamentalmente en torno al trabajo remunerado. En el caso chileno, sobre todo al mediodía, comer fuera es una solución a las demandas del trabajo remunerado; es un motivo central para eso. La costumbre del almuerzo (comida en México) como parte central de la cultura contemporánea obliga a comer fuera a la población que sale del hogar para trabajar. Es así como Giacomani, Leal y Rivera (2017) y Concha *et al.* (2018) recalcan que el almuerzo contribuye a disciplinar el cuerpo de los y las que trabajan fuera del hogar.

En las últimas décadas, el almuerzo de los y las trabajadoras con larguísimas jornadas de trabajo y largos tiempos de viaje se realiza fuera de la casa y es en muchos casos la principal comida del día. Una de las formas de alimentarse, sobre todo para los y las trabajadoras de oficinas y del comercio, es concurrir a un restaurante que provea un “menú de almuerzo”, a menudo llamado “menú ejecutivo”, que está generalmente conformado por entrada, plato de fondo, postre, café, jugo o bebida, pero no incluye vino. Este almuerzo es un beneficio de alimentación costeadado por los empleadores y se paga con una tarjeta digital provista por empresas transnacionales contratadas por los y las empleadoras. Las empresas prestadoras del servicio de tarjetas establecen contratos con restaurantes y servicios alimenticios. Las más grandes, Sodexo y Edenred, además contratadas por entidades públicas para proveer becas alimentarias a

niñez de escasos recursos, o por municipalidades para canastas de alimentos, tienen acuerdos con miles de restaurantes.

Hay otras formas de almuerzo: comida callejera, comida rápida en fuentes de soda, bares y restaurantes. Algunos de los más tradicionales de Santiago, como el bar Nacional, el bar Unión, El Rápido, venden vino. El Rápido, local de comida rápida, es uno de los establecimientos que ofrece vino y que permite ver cómo ha subsistido la antigua cultura del vino en Chile (elrapido.cl). En la carta aparece una sección de té, café, bebidas, cerveza, jugos y vino. La información sobre vino en la carta es una fotografía de la cultura tradicional; ofrece vino vaso chico, vino caña (tipo de vaso de alrededor de 250 ml), vino copa, pipeño caña, chicha caña. No hay referencia a variedades, es simplemente vino tinto diferenciado por el recipiente en que se sirve y la cantidad de vino que contiene. Las otras posibilidades son productos que también pertenecen a la cultura del pasado, pipeño o chicha. Esta aproximación al vino se encuentra también en bares en barrios populares que ofrecen vino, generalmente tinto, ya sea en caña, vaso o copa. Otro de los bares tradicionales de Santiago es el bar de la Unión, llamado la Unión chica por su cercanía al Club de la Unión, exclusivo para las clases dominantes chilenas. La Unión chica, famoso, legendario por haber sido el preferido por escritores, poetas y periodistas (Gatica, 2018), ofrece un menú diario y también un menú de comida chilena. Aunque tiene una carta de vinos, la atracción no está en el maridaje de los vinos con la comida, sino en una jarra de “borgoña”, un vino tinto, de los vinos masivos, mezclado con fresas y azúcar.

Pero la reafirmación de la antigua cultura sobre vinos se ve revalidada no sólo en las comidas de mediodía, sino, en algunos casos, en comer fuera como entretención. En Chile, diversos restaurantes ofrecen “comida chilena” donde se come y se bebe como en el pasado. Estos restaurantes fueron en algún momento locales populares. Se les denomina “picadas”, implicando que no son muy conocidos, son populares y baratos, y se come muy bien. Un ejemplo es el restaurante El Hoyo, ubicado en barrio de trabajadores e inmigrantes. Tiene una carta que no es tan diferente a la del bar de la Unión (elhoyo.cl). Su atractivo, como lo expresa su logo, es el pasado, chanco, chicha y pipeño. En su página *web* destaca “comidas: las más ricas y típicas chilenas”, a la vez que además de la chicha y el pipeño enfatiza su versión del “terremoto”, que consiste en vino pipeño, helado de piña y granadina o fernet. Aquí el maridaje no considera el vino afrancesado, aproximándose al pasado popular. Sin

embargo, hay también una búsqueda de distinción en las picadas para demostrar pertenencia a una clase social capaz de acercarse tanto al pasado chileno como al mundo cosmopolita; no en vano, El Hoyo está en las guías para turistas internacionales. Anthony Bourdain, el crítico de la gastronomía mundial, lo visitó, lo alabó (relativamente) y lo mostró en televisión a nivel mundial, y Gabriel Boric, el actual presidente de la república, comió allí poco después de ser elegido.

Con una reputación similar está el bar La Piojera, también en un barrio popular, con fama de haber sido en el pasado un lugar donde se encontraban los hombres del Chile trabajador con políticos e intelectuales. La Piojera no sólo mira con nostalgia ese pasado, sino que también mantiene términos de la jerga popular del vino; por ejemplo, medio pato (tipo de vaso de medio litro) y caña de chicha, pipeño o tinto; vende jarros de terremoto y borgoña, y de navegado (en invierno para el frío), que consiste en vino tinto tibio con rodajas de naranja, canela y azúcar. Éste es otro lugar que se encuentra en guías de turismo, atrayendo a turistas en busca de un Chile típico, de una experiencia cosmopolita de conocer el “verdadero” país que se visita, lo “auténtico” (Molz, 2006).

Hay barrios en Santiago que cumplen la modalidad de estos bares y restaurantes. El barrio Yungay, en Santiago centro oeste, es uno de ellos. Allí se instaló a vivir el presidente Boric. Espacio liminal, mezcla clases y razas, clases medias e intelectuales, trabajadores, jóvenes y gente de edad, así como también inmigrantes de Venezuela, Haití y Colombia, discriminados por el racismo chileno, viviendo hacinados en piezas en casas derruidas, en construcciones precarias y pobremente equipadas. Barrio de casas en procesos de gentrificación o gentrificadas y antiguas casas de la “ciudad-corredor”, aquella que caracterizó el centro de Santiago en un lejano pasado. Este barrio, un lugar de moda, tiene bares y restaurantes; algunos reflejan esa realidad social, como el bar La Virgen, que destaca su navegado en jarras de porcelana, o melón con vino, o simplemente sangría. En el barrio Yungay está también el Espacio Gárgola, que ofrece, entre otros, vinos, cocteles y licores, navegados, borgoña, o lo que llama “temporada de jarras”, refiriéndose a sangría, una jarra de vino tinto con frutas; o la sangría cava, una de vino blanco con azúcar y fruta. Tanto en el bar La Virgen como en el Espacio Gárgola del barrio Yungay las cartas de vinos son modestas, eclipsadas por los cocteles y las ofertas de bebidas de nostalgia para maridar con la cocina chilena tradicional, bebidas de nostalgia a

base de vino, pero de vinos masivos, adquiridos a granel. Éstos son bares y restaurantes donde los parroquianos chilenos concurren porque son *onderos*, porque están de moda, más que nada como espectáculo, donde la calidad está dada por lo popular y democrático, donde la arquitectura y el decorado es tan “típico” como la comida y las bebidas que se ofrecen.

También subsisten algunos bares y restaurantes en Santiago que ofrecen “vino de la casa”, ya sea tinto o blanco en vaso, o una caña de vino. Estos bares y restaurantes están ubicados en barrios populares, con clientelas conformadas por personas mayores. Estos establecimientos cierran sus puertas en la medida que no son “descubiertos” o no están de moda, o sólo tienen una clientela limitada a personas del barrio. Esta antigua cultura no atrae a las o los jóvenes; el pasado no llama. A su vez, las y los dueños envejecen, los locales esperan a que ellos y ellas se jubilen para desaparecer.

VINOS DE CALIDAD

Como este estudio enfatiza, Chile es un país de grandes diferencias sociales; una mayoría de su población vive precariamente y está altamente endeudada; sólo una minoría tiene posibilidades de permitirse gastos discrecionales en su consumo. Las diferencias sociales se reflejan, entre otras cosas, en la alta segregación de sus ciudades. En Santiago, por ejemplo, a medida que la ciudad se aleja de los barrios populares, subiendo hacia la cordillera donde viven y mayoritariamente trabajan las clases medias y altas, el vino cambia. Los vinos “finos” y caros van haciendo su aparición en bares y restaurantes, acompañando a la “explosión culinaria” que ha transformado el concepto de gastronomía. En esta área, los bares y restaurantes son frecuentados por personas capaces de realizar gastos elevados para comer y beber con distinción. Los restaurantes y bares de estos barrios también son frecuentados por turistas, quienes hasta finales del 2019 llegaban a Chile atraídos por una intensa campaña internacional que hace de Chile un lugar atractivo para visitar, en parte importante gracias al enoturismo, a su vez, un subproducto del éxito del vino chileno en mercados globales. Mucha de esta explosión culinaria se concentra en nodos específicos de la ciudad. Aunque en bares y restaurantes los cocteles a base de destilados importados y pisco dominan las cartas y el vino es relativamente secundario, en algunos restaurantes el vino fino tiene un lugar destacado.

Joanne Finkelstein (2003) sostiene que desde la aparición de restaurantes, en el siglo XVII, la comida fuera del hogar es más sobre entretención y moda que sobre alimentación, y argumenta que el restaurante tiene un rol esencial en los procesos que alimentan apetitos por nuevas comidas. De esta manera, el restaurante es un laboratorio social capaz de convertir comidas en mercancías y modificar gustos. En este sentido, el restaurante tiene un papel en la formación de identidades tanto personales como colectivas. En el Chile neoliberal de las últimas décadas, los bares y restaurantes en los nodos alimentarios del Santiago opulento cumplen el papel de (re)crear y reforzar el rígido sistema de clase y raza en que se sostiene la sociedad, consolidando a sus consumidores como parte de una clase moderna, distinguida y cosmopolita, capaz de compartir con sus pares globales. Es notorio el contraste entre las prácticas de los espacios de convivialidad de los barrios altos de Santiago y las de restaurantes y bares populares, los que incluyen a las cadenas globales de comida rápida, frecuentadas por las clases de menores ingresos en patios de comida en centros comerciales periféricos, en las múltiples sucursales de McDonald's, Wendy's y otros. Como enfatiza Finkelstein (2003), los restaurantes pasan a ser una metanarrativa a través de la cual se puede entender el carácter particular de una forma de vivir.

El consumo de vino cumple un rol importante entre los alimentos y las experiencias en los bares y restaurantes de los nodos exclusivos, muchos de los cuales son recomendados y refrendados en páginas *web* de redes globales digitales, como Tripadvisor, Yelp, Foursquare, Zomato, The World Fifty Best, Eater y otras. Sharon Zukin, Scarlett Lindeman y Laurie Hurson (2017) sugieren que para millones de comensales la elección de restaurantes donde comer fuera de la casa pasa por buscar críticas en internet, para lo cual recurren a plataformas virtuales y *blogs*. Chile es un país altamente digitalizado.

Algunos de los restaurantes que aparecen más a menudo en las redes digitales en la actualidad son Boragó (con Michelin Star), Restaurante 040 y Bocanariz. Estos restaurantes fueron y son centrales en el proceso de transformar las sensibilidades y los placeres de comer fuera, en normalizar el maridaje de vino y comida y en poner de moda formas autoritarias de cartas. A través de éstos se legitima una alianza entre el chef y el sommelier como pilar central de las nuevas formas de comer y comportarse en el mundo global, de pertenecer a una clase social cosmopolita capaz de reconocer y saber comportarse ante cocinas y vinos de "calidad". Chefs y sommeliers, y otras y

otros integrantes del personal de estos restaurantes, son quienes van a tentar y enseñar al cliente, son los y las trabajadoras emocionales de estos bares y restaurantes.[14] En estos restaurantes el maridaje es esencial como parte del negocio y como la forma correcta de comer cuando se es una autoridad en la materia, cuando se posee un capital cultural tal que hace a la persona parte de las clases más sofisticadas del mundo globalizado. De aquí que hayan surgido en Chile no solamente restaurantes exclusivos para turistas y clases altas, sino que también profesiones como las de chef y sommelier se reconozcan como esenciales, dando un sabor científico y legítimo a la gastronomía *chic*.

Así, el/la chef pasa a convertirse en profesional, por encima de cocineros/as, un elemento central para ofrecer una experiencia gastronómica. Los chefs (hasta hace muy poco fueron fundamentalmente hombres) son personas que se reconocen por su talento y sentido del gusto, y por su conocimiento especializado, a menudo resultado de estadías en Europa, trabajando en restaurantes de prestigio y aprendiendo de sus chefs, quienes son a su vez promovidos como artistas de la gastronomía mundial. En Chile, muchos de estos restaurantes emblemáticos son propiedad de chefs. Desde luego, estos chefs, o chefs ejecutivos, tuvieron y siguen teniendo acceso a capital financiero para establecerse, maridando capital cultural, simbólico y financiero, y en muchas ocasiones capital social. Las y los sommeliers en Chile tienen procesos de aprendizaje similares, pero a menudo tienen educación formal, generalmente grados en las escuelas de agronomía de universidades y estudios posteriores en la Escuela de Sommeliers de Chile y en The Wine School Chile. La primera de éstas se define como “un organismo técnico de capacitación dependiente de la Asociación Nacional de Sommeliers de Chile” (sommelierdechile.cl). Existe desde el 2001, capacitando alrededor de doscientas personas al año, ofreciendo, entre otros, cursos avanzados de vino, metodologías de cata, degustación de vinos de Chile, talleres de enología. De esta manera, las y los sommeliers se convirtieron en árbitros de vinos de calidad y a su vez en mediadores entre los vinos finos estandarizados de exportación y los consumidores locales. A su vez, The Wine School Chile, la representante en Sudamérica de Wine and Spirits Education Trust (WSET), es una institución británica que dicta cursos de vinos y destilados con presencia global. En Chile, sus cursos permiten a los profesionales chilenos del vino entrar en contacto con nociones de gustos internacionales.

Entre los restaurantes más emblemáticos promovidos por las redes globales y donde la alianza de chef y sommelier es más clara está el restaurante Boragó. Es uno de los restaurantes que recrearon simbólica y físicamente la “comida *gourmet*” chilena, incorporando la gastronomía de los pueblos originarios, fusionándola con técnicas y platos de la comida gourmet internacional e introduciendo al paladar tanto de chilenos acomodados como de turistas cocinas “exóticas” de todas partes del mundo con sus sabores particulares, texturas y formas de comer. A esto agregó una arquitectura acorde con su discurso de incorporar la tradición y la modernidad. En el entorno de Boragó, las y los comensales son constreñidos a aceptar cartas fijas, siendo disciplinados a someterse a la visión de su chef y propietario, más o menos siguiendo la tradición del *omakase* japonés.[15]

Boragó es consistentemente reconocido como uno de los cincuenta mejores del mundo (theworlds50best.com); fue también seleccionado en Michelin en 2016 y aparece permanentemente entre los mejores restaurantes latinoamericanos en las páginas *web* especializadas. Las reseñas del restaurante destacan las técnicas innovadoras de su chef, Rodolfo Guzmán,[16] cuyo éxito, subrayan, es ofrecer una comida chilena “contemporánea” [“moderna”] que emana de estudiar, descubrir y explotar la rica biodiversidad del país, a la vez, dicen los críticos, de respetar su cultura “nativa”. Esto, acompañado del diseño del espacio, que incorpora elementos naturales de la tierra, como la madera y la piedra, permite educar a los comensales sobre la cultura culinaria del país (elitetraveler.com). Boragó ofrece menús fijos, de degustación, donde no hay elección y donde se destacan tanto la presentación como la utilización de productos e ingredientes “insólitos” de distintas partes de Chile, incluyendo agua de lluvia de la Patagonia, leche ordeñada por el personal del restaurante, productos recolectados por trabajadores de partes lejanas de Chile. La forma más clara de entender el discurso gastronómico del restaurante es poner atención a aspectos del sistema de recolección que usa el restaurante, en el cual “un día podremos cortar un fruto silvestre que crece tres semanas al año a 3,500 metros de altura y al siguiente, setas únicas de un bosque”. Fundamental en esta experiencia es el maridaje de vino y comida y por eso el Head Sommelier de Boragó constituye una parte esencial del equipo. La lista de vinos para el maridaje es también fija. Como dice el sitio *web* del restaurante (borago.cl), “[n]o contamos con una carta de vinos. A cambio buscamos sumar el esfuerzo de proyectos familiares llenos de pasión. Contamos con un *pool* de

vinos. Éstos representan condiciones muy específicas en el territorio chileno, ocasionalmente con resultados asombrosos”.[17]

El premio más importante del Círculo de Cronistas Gastronómicos (de Chile) el año 2019 fue para Guzmán por su aporte a la gastronomía chilena durante los últimos diez años, “por su trabajo con productos endémicos a lo largo del territorio [esa que rescata el sabor propio de cada región y de todas en el país], sus recolecciones periódicas, y su intenso trabajo con pequeños productores de todo el país. Más que un chef, Guzmán se ha transformado en un auténtico investigador y antropólogo de la despensa chilena”. Lo especial de este chef es su esfuerzo por cambiar los discursos sobre Chile y su potencial culinario a través de crear una nueva comida “chilena”, de productos endémicos, muchos descubiertos por él y su equipo de investigación antropológica. Esta nueva cocina chilena, sin embargo, tiene poco que ver con las tradicionales cocinas chilenas, descritas y analizadas por la antropóloga Sonia Montecino Aguirre (2005) en su recorrido por las cocinas chilenas de norte a sur del país en su libro *Cocinas mestizas de Chile. La olla deleitosa*, o por Oreste Plath (2018) en sus artículos recopilados en el libro *Geografía gastronómica de Chile. Artículos reunidos 1943-1994*.

Es claro que el éxito de Boragó está, al menos en parte, en la autopromoción de su dueño como educador de comida y vino chileno, donde se anuncia como innovador y guía, y su autoimagen de “investigador de laboratorio” para recuperar lo que llama ingredientes endémicos. El restaurante se encuentra en Vitacura, uno de los barrios más caros de Santiago, y el alto precio de sus degustaciones con maridaje de vinos de viñas escogidas por el restaurante y su sommelier —alrededor de 550 dólares para dos personas en 2021— lo limita sólo al alcance de un grupo reducido de turistas y chilenos de altos ingresos, que se autoasumen capaces de entender pautas de gusto, de distinguirse de la masa, y con eso ver reafirmada y (re)producida su clase social, su pertenencia a un mundo donde placer, viaje y autenticidad (re)afirman y (re)producen pertenencia. Como dice Pierre Bourdieu (1991), el “buen gusto” se asocia y es presentado a las clases privilegiadas. Sin embargo, Sucharita Kanjilal (2021) va más allá de la concepción de *gusto* de Bourdieu; para ella, el gusto está ligado fundamentalmente a una dicotomía de clases sociales y a la reproducción de capital cultural. Kanjilal (2021) complejiza la posición de Bourdieu argumentando que el gusto va asociado a lo social, cultural y político. Influenciada por Sydney Mintz (1986), sostiene que el gusto tiene la capacidad

de ser redefinido y modificado, dependiendo de las condiciones del contexto histórico.

El caso chileno va más allá de redefinir el gusto por el vino; implica también modificar el capital cultural y la ideología de las clases dominantes, pasar de una clase dominante atada a la cultura e ideología terrateniente decimonónica a una mucho más cosmopolita, como lo exige el modelo neoliberal chileno. Irónicamente, a partir de ofrecer a turistas y clases altas una (re)presentación de un supuesto Chile tradicional, imaginado a través de comidas exóticamente chilenas y vinos finos de viñas familiares poco conocidas, Boragó intenta instalar en el discurso un Chile cosmopolita, inmerso en un mundo global donde “especialistas”, chefs y sommeliers enseñan, transmiten y confirman el gusto por vinos novedosos dentro de estándares de vino reconocidos internacionalmente.

El Restaurante 040 sigue parte del guion de Boragó. Tiene un menú de degustación fijo, de 12 tiempos; es decir, 12 platos preestablecidos por el restaurante. También tiene un sommelier y la degustación puede incluir maridaje, para lo cual el sommelier provee los vinos. El centro del restaurante es su dueño, Sergio Barroso, un chef español que usa técnicas adquiridas en Europa para cocinar ingredientes chilenos, reimaginando una comida chilena. A diferencia de Boragó, se encuentra en uno de los nodos de restaurantes y bares más cercanos al centro histórico de la ciudad; un área que no tiene la misma carga simbólica de clase alta que tiene el barrio de Vitacura. El precio del Restaurante 040 es también menor que en Boragó. Pero para que el cliente no olvide la connotación de clase, 040 impone un código de vestimenta formal. En su página *web* dice “040 tiene un código de vestimenta estricto. Todos nuestros invitados deben vestir FORMAL” (040.cl). No sólo no hay elección respecto a qué comer y cómo vestirse, sino que también existen otras reglas que el comensal tiene que seguir. Por ejemplo, entendemos que si la clientela llega más de 15 minutos después de la hora fijada en la reserva, el restaurante no la recibe, pero le cobra la comida, cargándola a la tarjeta de crédito, cuya información está en poder del restaurante desde el momento de hacer la reserva. El restaurante tampoco permite tomar fotos y enfatiza que los comensales deben seguir el ritmo del servicio. En suma, otra versión de la reinención de la utilización de ingredientes chilenos para una cocina ecléctica y para una audiencia cosmopolita en un ambiente mucho más autoritario que en Boragó. Es entonces posible hablar de algo autóctono en este ambiente,

donde la ceremonia de la experiencia está marcada por el desprecio que muestra el gerente del local en algunas respuestas a críticas al restaurante cuando clientes se quejan de los precios. “No hay comidas caras”, dice, “sólo hay gente que no puede pagar, y por lo tanto no deberían osar ir”. En contraste, el gran narrador de la comida chilena, Oreste Plath escribe:

hay algo que no se puede dejar de consignar y es el cariño con que el pueblo tiende su mesa; la cordialidad que establece al comer en común y que se inicia con el decir “a su casa nomás llega”; con el pebre cuchareado; con el curanto, en que los comensales se colocan en círculo y éste se va ampliando en torno del hoyo a medida que aumentan los comensales, es la mesa sin límites; con el asado al palo, para el cual bastan el deseo de comer y un cuchillo; con el mate, que se va de boca en boca; con el cacho o potrillo de vino, que establece una unión familiar con el recién llegado o desconocido; “cachada” o vaso gigante colectivo que es convivencia y solidaridad (Plath, 2018: 39-40).

Mientras la comida y el vino en 040 son capaces de tener un rol en el *boom* de la comida gourmet y el turismo en Chile en alianza con el intento de reposicionar al vino “de calidad” como parte de esta nueva versión de la cultura nacional de la mano del sommelier del momento, esa cultura nada tiene que ver con la solidaridad del pueblo que según Plath está representada en la ceremonia de comer y beber. Por el contrario, el 040 se presenta como un restaurante que ejemplifica el Chile disciplinado y uniformado que es imaginado como ideal por una cultura que intenta seguir cánones establecidos ya desde la importación de técnicas prusianas en el ejército, la ciencia y la educación en el siglo XIX y 17 años de dictadura militar en el pasado reciente.

El vino bar Bocanáriz, ubicado en el barrio Lastarria, en el centro histórico, otro nodo gastronómico y barrio turístico de Santiago, ofrece otra versión del intento de legitimar el vino como parte de la gastronomía nacional. El sitio turístico Fodor’s recalca que Bocanáriz es un paraíso del vino que, aunque ofrece comida chilena, es un lugar, sobre todo, de vinos. De hecho, a diferencia de los restaurantes que este capítulo analiza, donde los dueños son chefs, solamente dos de las tres personas que crearon el bar Bocanáriz tienen educación y práctica sobre comida y vino. El local se presenta como un lugar para aprender sobre vinos chilenos de calidad, donde turistas y chilenos pueden obtener un baño de alta cultura, de aprender a conocer sobre los vinos que se consumen en el mundo entero. En una entrevista, una de estas socias declaraba: “[n]osotras como enólogas vimos la necesidad de abrir algo como

esto. Chile es un paraíso vitícola y aunque tenemos muchas viñas, cada una sólo habla de su propio vino. Nosotras en cambio damos una perspectiva sobre el clima, la geografía, la cultura, la historia y el futuro de los vinos de Chile” (conchaytoro.com/en/blog/bocanariz-a-bar-for-wine-lovers/).

La puesta en escena de vino bar Bocanariz como una escuela de alta educación del vino con un decorado de sacacorchos y mesitas pequeñas, en un barrio antiguo del centro de Santiago transformado en centro turístico, se apoya en una lista impresionante de vinos: 347 en su cava subterránea, una carta ingeniosa de lo que llaman *flights*, o conjuntos de tres vinos para degustar, un menú de comidas más o menos original, y por, sobre todo, su personal que se presenta como sommeliers bilingües. La página *web* del vino bar enfatiza: “Somos una vitrina de los vinos chilenos, aquí encontrarás degustaciones temáticas, 34 vinos por copa. Nuestro equipo está formado por sommeliers y enólogos” (bocanariz.cl). El inglés como idioma y conocimiento sobre vinos lo hacen no solamente un teatro de consumo de vinos, sino un lugar de aprendizaje cosmopolita apoyado por su equipo de sommeliers y enólogas y enólogos.

Este pequeño grupo de restaurantes y bares tiene un lugar central en la invención de un nuevo Chile, con gustos cosmopolitas donde el individuo puede actuar su pertenencia. Es en ellos, empujados por las páginas *web* de las redes digitales de crítica de restaurantes y turismo, donde se encuentran turistas para los cuales el vino chileno es una de las atracciones del país, a los que se suman chilenos y chilenas de clase acomodada en busca de experiencias similares. Para parafrasear a Finkelstein, estos restaurantes tienen un rol central en los procesos que cambian y cultivan nuevos apetitos por comidas y bebidas, son laboratorios sociales con la capacidad de mercantilizar y cambiar gustos de consumidores que pretenden distinguirse del resto de la población en un país donde la segregación está definida tanto por capital financiero como por sus capitales sociales y culturales.

CONCLUSIÓN

De la mano el régimen neoliberal desarrollado a partir del golpe militar que derrocó a Salvador Allende en 1973, la vitivinicultura chilena experimentó una transformación significativa, convirtiéndose en uno de los sectores dinámicos de una economía extractivista orientada a producir para el mercado externo.

Grandes consorcios nacionales y extranjeros orientan la producción de vino al mercado mundial utilizando cepas y tecnologías que les permitan competir exitosamente en ese mercado. Este proceso ha transformado el papel del vino en la dieta y también en la cultura nacional. A diferencia del Chile preneoliberal, el vino ya no es parte de la dieta habitual de chilenas y chilenos y fue reemplazado para amplios sectores de la población por bebestibles como la cerveza, licores y bebidas azucaradas.

Sin embargo, hay sectores de la sociedad que intentan homologarse al capitalismo globalizante, buscando convertirse en parte de las clases medias globales cosmopolitas. Como enfatiza este capítulo, uno de los lugares donde se actúa y se aprende esta clase es en ciertos restaurantes exclusivos de Santiago. En éstos, chefs y sommeliers dirigen puestas en escena donde es esencial saber y aprender sobre vino de “calidad”. Como dice Finkelstein (2003), los restaurantes son una metanarrativa a través de la cual se puede entender el carácter particular de una forma de vivir.

BIBLIOGRAFÍA

- Althusser, Louis (2001). “Ideology and ideological state apparatuses (Notes towards an investigation)”. En *Lenin and Philosophy and Other Essays*, editado por Louis Althusser. Nueva York: New York University Press [en línea]. Disponible en <<http://www.jstor.org/stable/j.ctt9qgh9v.9>> (consulta: 15 de octubre de 2022).
- Appadurai, Arjun (1981). “Gastro-politics in Hindu South Asia”. *American Ethnologist* 8 (3): 494-511.
- Araujo, Kathya (2017). “Sujeto y neoliberalismo en Chile: rechazos y apegos”. *Nuevo Mundo, Mundos Nuevos* [en línea]. Disponible en <<http://nuevomundo.revues.org>> (consulta: 19 de septiembre de 2022).
- Beckert, Jens, Jörg Rössel y Patrick Schenk (2014). “Wine as a cultural product: Symbolic capital and price formation in the wine field”. Documento de debate 14/2 [en línea]. Disponible en <https://pure.mpg.de/rest/items/item_1952209/component/file_1952207/content> (consulta: 15 de octubre de 2022)
- Bentley, Amy (2008). “Introduction”. *Food and Foodways* 16 (2): 111-116.
- Bourdieu, Pierre (1991). *La distinción: criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.

- Briones Quiroz, Félix (1995). “La industria vitivinícola en Chile en el siglo XIX”. Tesis de maestría en historia. Santiago: Universidad de Santiago de Chile.
- Briones Quiroz, Félix (2006). “Los inmigrantes franceses y la viticultura en Chile: El caso de René F. Le Feuvre”. *Universum* 21 (2): 126-136.
- Cappeliez, Sarah (2022). “Spending, taste and knowledge. Logics of connoisseurship and good taste in the age of cultural democratisation”. En *Routledge Handbook of Wine and Culture*, editado por Steve Charters, Marion Demossier, Jacqueline Dutton, Graham Harding, Jennifer Smith Maguire, Denton Marks y Tim Unwin, 288-296. Abingdon: Routledge.
- Concha González, Benjamín, Juan Alfaro Figueroa y Claudia Giacoman Hernández (2018). “Almorzando en un banco en Santiago de Chile: Análisis de la organización y regulación social de la comensalidad institucional”. *Revista de Ciencias Sociales* 3 (161) [en línea]. Disponible en <<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15357169007>> (consulta: 24 de febrero de 2023).
- Díaz-Méndez, Cecilia, e Isabel García-Espejo (2017). “Eating out in Spain: Motivations, sociability and consumer contexts”. *Appetite* (119): 14-22.
- Douglas, Mary (1987). *Constructive Drinking*. Londres: Routledge.
- Elias, Norbert (1998). “The civilizing process, 1935-1940”. En *The Norbert Elias Reader. A Biographical Selection*, editado por Johan Goudsblom y Stephen Mennell, 39-76. Oxford: Blackwell Publishers.
- Fernández Labbé, Marcos (2005). “Historia social del alcoholismo en Chile, 1870-1930. Políticas, prácticas, representaciones”. Tesis para optar al grado de doctor en historia. Santiago: Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Fernández L., Marcos, Eduardo Godoy S., Patricio Herrera G., Jorge Muñoz S., Hernán Venegas V. y Juan Carlos Yáñez A. (2010). *Alcohol y trabajo. El alcohol y la formación de identidades laborales en Chile siglo XIX y XX*. Osorno, Chile: Editorial Universidad de los Lagos.
- Finkelstein, Joanne (2003). “Chic cuisine. The Impact of Fashion on Food”. En *Culinary Taste. Consumer Behaviour in the International Restaurant Sector*, editado por Donald Sloan y Prue Leith, 59-76. Londres: Routledge.
- Gadea, Elena, María Brignardello y Francisco Torres (2018). “La calidad en los procesos de reestructuración vitivinícola. Un análisis comparativo de dos territorios en España y Argentina”. *Ager. Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural* (24): 63-93 [en línea]. Disponible en

- <http://ruralager.org/wp-content/uploads/03_Gadea_10.4422ager.2018.04.pdf> (consulta: 25 de agosto de 2022).
- Gatica, Loreto (2018). “El legendario Bar La Unión Chica”. *LT Finde*, 16 junio [en línea]. Disponible en <<https://finde.latercera.com/comer/bar-la-union-chica/>> (consulta: 28 de agosto de 2022).
- Gatica, Loreto, Evelyn Briceño y Damaris Torres (2019). “Dile chao al frío en estos bares con vino navegao todo el invierno”. *LT Finde*, 6 de junio [en línea]. Disponible en <<https://finde.latercera.com/bares/vino-navegao-bares-santiago/>> (consulta: 28 de agosto de 2022).
- Geary, Paul (2020). “The production of taste: ecologies, intersections, implications”. *Studies in Theater and Performance* 40 (3): 280-291.
- Giacoman, Claudia, Daniella Leal y Valentina Rivera (2017). “Daily rhythms of eating in Santiago, Chile”. *British Food Journal* 119 (6): 1189-1201.
- Guiñez Cabrera, Nataly, y Edinson Cornejo Saavedra (2016). “Caracterización de los hábitos de compra y consumo de vino en la ciudad de Chillán, Chile”. *Revista Academia & Negocios* 2 (2): 73-84.
- Heredia, Mariana (2015). “Globalización y clases altas en el auge del vino argentino”. *Trabajo y Sociedad* (24): 267-284.
- Hochschild, Arlie (1983). *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*. Berkeley/Los Ángeles, CA: University of California Press.
- Inglis, David, y Anna-Mari Almila (2019). “Introduction: The travels and tendencies of wine”. En *The Globalization of Wine*, editado por David Inglis y Anna-Marie Almila, 1-20. Londres: Bloomsbury Academic.
- Jiménez, F., B. Marshall, J. Ortega y W. Foster (2006). “Factores que intervienen en la frecuencia de consumo de vino en el sector oriente de Santiago”. *Economía Agraria* 10 (37): 37-52.
- Kanjilal, Sucharita (2021). “Beyond Bourdieu: What tomatoes in indian recipes tell us about: ‘taste’”. *Gastronomica: The Journal for Food Studies* 21 (3): 1-12.
- Kozinets, Robert V. (2010). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. Londres: Sage.
- Lacoste, Pablo, Amalia Castro, Félix Briones, Fernando Mujica (2015). “El pipeño: historia de un vino típico del sur del Valle Central de Chile”. *Idesia. Revista de Agricultura en Zonas Áridas* 33 (3): 87-96.

- Maillet, Antoine, Mathilde Allain, Gonzalo Delamaza, Felipe Irarrazabal, Ricardo Rivas, Caroline Stamm y Karin Viveros (2021). "Conflicto, territorio y extractivismo en Chile. Aportes y límites de la producción académica reciente". *Revista de Geografía Norte Grande* (80): 59-80 [en línea]. Disponible en <http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-34022021000300059&lng=es&nrm=iso> (consulta: 2 de noviembre de 2022).
- Mintz, Sydney (1986). *Sweetness and Power: The Place of Sugar in Modern History*. Nueva York: Penguin.
- Molz, Jennie German (2006). "Cosmopolitan bodies: Fit to travel & travelling to fit". *Body & Society* 12 (3): 1-21.
- Montecino Aguirre, Sonia (2005). *Cocinas mestizas de Chile. La olla deleitosa*. Santiago: Catalonia.
- Montecino Aguirre, Sonia (2009). "Hacia una genealogía del gusto y la transmisión de saberes culinarios en una ciudad del norte de Chile". *Revista Chilena de Literatura* (72): 1-14.
- Montecino Aguirre, Sonia, y Rolf Foerster González (2012). "Identidades en tensión: devenir de una etno y gastropolítica en isla de Pascua". *Universum* 1 (27): 143-166.
- Mujica, Fernando, y Amalia Castro (2015). "Batallas por el gusto y la calidad vitivinícola. El arte de catar vinos y aguardientes entre las rutas comercial-vinícolas-aguardenteras del Cono Sur de América (1585-1814)". *Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad* 2 (4): 40-56.
- Plath, Oreste (2018). *Geografía gastronómica de Chile. Artículos reunidos 1943-1994*. Santiago: Biblioteca Nacional de Chile.
- Pozo, José del (1997). "El vino chileno. Rasgos de una evolución histórica" [en línea]. Disponible en <<http://www.historiadelpozo.uqam.ca/pdf/vino.pdf>> (consulta: 24 de julio de 2022).
- Pozo, José del (1998). *Historia del vino chileno*. Santiago: Editorial Universitaria.
- Ray, Krishnendu (2017). "Bringing the immigrant back into the sociology of taste". *Appetite* (119): 41-47.
- Robles Ortiz, Claudio (2009). "Controlando la mano invisible". *Historia* 42 (1): 203-233.
- Rojas A., Gonzalo (2016). "Sobre la necesidad de avanzar hacia un sistema de DO para el vino chileno". *Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y*

Ruralidad 3 (8): 145-173.

Romero, Luis Alberto (2007). *¿Qué hacer con los pobres? Élite y sectores populares en Santiago de Chile, 1840-1890*. Santiago: Ediciones Ariadna.

Schnettler, B., y A. Rivera (2003). “Características del proceso de decisión de compra de vino en la IX Región de la Araucanía, Chile”. *Ciencia e Investigación Agraria* 30 (1): 1-14.

Urbina C., María Ximena (2002). “Los conventillos de Valparaíso, 1880-1920: Percepción de barrios y viviendas marginales”. *Revista de Urbanismo* 3 (5): 1-17 [en línea] Disponible en <https://revistaurbanismo.uchile.cl/index.php/RU/article/view/12953/13237> (consulta: 20 de abril de 2023).

Vinos de Chile (2014). *Somos parte de la solución, no del problema: Nos gusta el vino porque vino es Chile*. Valparaíso: Comisión de Hacienda del Senado de Chile.

Vinos de Chile (2020). *Estrategia 2020. Mercado interno* [en línea]. Disponible en https://www.winesofchile.org/wp-content/uploads/2018/08/2013_Estrategia_Plan_2020_Mercado_Local.pdf (consulta: 8 de agosto de 2022).

Zukin, Sharon, Scarlett Lindeman y Laurie Hurson (2017). “The omnivore’s beighborhood? Online restaurant reviews, race, and gentrification”. *Journal of Consumer Culture* 17 (3): 459-479.

Páginas web consultadas

Asociación Nacional Sommeliers en Chile. Disponible en www.sommelierdechile.cl (consulta: 15 de marzo de 2023).

Ranking de los 100 mejores chefs del mundo. Disponible en <https://www.emol.com/noticias/Tendencias/2022/09/20/1073372/rodolfo-guzman-entre-mejores-chefs.html> (consulta: 12 de febrero de 2023).

Reseñas sobre los mejores restaurantes del mundo para viajeros. Disponible en <https://www.elitetraveler.com> (consulta: 6 de abril de 2023).

Restaurante 040. Disponible en <http://040.cl/es/> (consulta: 11 de febrero de 2023).

Restaurante Bocanariz. Disponible en <http://bocanariz.cl/index.php/restaurante/> (consulta: 2 de marzo de 2023).

Restaurante Boragó. Disponible en <<http://borago.cl>> (consulta: 3 de marzo de 2023).

Restaurante El Hoyo. Disponible en <<https://elhoyo.cl>> (consulta: 19 de febrero de 2023).

Restaurante El Rápido. Disponible en <<https://elrapido.cl/>> (consulta: 27 de febrero de 2023).

Restaurante, Wine Bar y Venta de Vinos. Disponible en <www.bocanariz.cl> (consulta: 8 de marzo de 2023).

Santiago Wine Club. Disponible en <<https://santiagowineclub.cl/>> (consulta: 15 de marzo de 2023).

The World's 50 Best Restaurants. Disponible en <www.worlds50best.com> (consulta: 18 de febrero de 2022).

[Notas]

- [1] Agradezco el apoyo financiero del Emeritus College, de la University of British Columbia.
- [2] Beber es esencialmente un acto social realizado en un contexto social reconocido (traducción de los autores).
- [3] Sin embargo, en otros contextos, como los descritos por Cappeliez (2022) para Ontario, en Canadá, y por Inglis y Almila (2019) para países desarrollados (*sic*), es posible hablar de democratización con la incorporación de clases medias que no consumían vino al consumo tanto de vinos canadienses como de vinos importados globalmente.
- [4] Sobre netnografía, véase por ejemplo Kozinets (2010).
- [5] Sobre la presencia francesa, tanto de varietales como de técnicas y técnicos en la segunda parte del siglo XIX, véanse Briones (1995 y 2006) y Robles Ortiz (2009).
- [6] Heredia (2015) sostiene que el vino también era parte de la dieta del pueblo argentino.
- [7] Pulpería: En Chile, el término pulpería se utilizaba para identificar las tiendas donde los trabajadores y sus familias compraban la mercancía a cambio de fichas y/o dinero que obtenían de sus empleadores por su trabajo.
- [8] “Viviendas colectivas instaladas en casas unifamiliares adaptadas para tal fin, generalmente en mal estado o construcciones precarias levantadas o habilitadas para este objeto. Su característica principal era que cada familia disponía de una pieza que daba a un pasillo o a un patio común en el que ocasionalmente existía una fuente de agua y un servicio higiénico colectivo” (Urbina, 2002: 7).
- [9] Sobre el concepto de gastropolítica, véase Appadurai (1981). Sobre gastropolítica en Chile, véanse Montecino (2009), Montecino y Foerster (2012) y Mujica y Castro (2015).
- [10] Para una discusión sobre economía extractiva, véase Maillet *et al.* (2021).
- [11] Como argumentan Inglis y Almila (2019), hay una paradoja en esta globalización en la medida que el vino se deslocaliza y se estandariza para ser vendido a miles de kilómetros de su producción y al mismo tiempo se hacen enormes esfuerzos por localizar su producción y diferenciarlo de otros vinos con los que compite.
- [12] Según Bentley (2008), para Mintz el té y la Coca Cola aparecieron como bebidas para matar el hambre del proletariado en dos sociedades que estaban en procesos de modernización e industrialización. De la misma manera, tal vez sería posible, como hipótesis, pensar que el aumento explosivo de consumo de bebidas azucaradas en Chile viene a reemplazar al vino como una bebida para matar el hambre del proletariado. De igual manera, el consumo de Coca Cola sigue el paso del té en términos de que la expansión de estas bebidas tiene fuertes lazos con el consumo infantil.

- [13] La ley 18.455 decreto 464 de “Zonificación vitícola y denominaciones de origen” determina la existencia de denominaciones de origen a nivel nacional. Sin embargo, Rojas (2016) enfatiza que son más bien indicaciones geográficas en lugar de denominaciones de origen.
- [14] Sobre trabajadoras y trabajadores emocionales, véase Hochschild (1983).
- [15] En un restaurante japonés, *omakase* es una comida de platos seleccionados por el chef.
- [16] Por ejemplo, según el último *ranking* de The Best Chef Awards 2022, Guzmán está entre los cien mejores chefs del mundo
<<https://www.emol.com/noticias/Tendencias/2022/09/20/1073372/rodolfo-guzman-entre-mejores-chefs.html>>.
- [17] La viticultura chilena está dominada por grandes empresas, como Concha y Toro, San Pedro, Santa Carolina, Torres y otras. Estas sociedades son parte de las cadenas alimentarias globales y producen para mercados internacionales y en menor medida nacionales. Hay, además, *viñas boutique*, que mayoritariamente producen para los mercados norteamericano y europeo. Sin embargo, estas últimas también usan algunos canales de venta al por menor para vender en Chile, como tiendas de vinos orientadas a clases más pudientes, como, por ejemplo, el Santiago Wine Club, que vende en su mayoría vinos de viñas boutique. A estos vinos se refiere Boragó, un cliente de Santiago Wine Club <santiagowineclub.cl>.

La calidad en la estrategia del trabajo sindical de los trabajadores de bodegas y viñedos de Champaña

Ariel Sevilla

[\[Regresar al contenido \]](#)

bebías y en el fragor del champán
loca reías... por no llorar.
Tango “Los mareados”, de Juan Carlos Cobián y Enrique Cadícamo.

Este capítulo analiza las estrategias que elabora una organización de asalariados francesa para apropiarse la noción de *calidad* en el sector vitivinícola. Los enfoques sobre la calidad la identifican como un componente central de la coordinación de mercados por la competencia. Pero la competencia se sostiene también, en la medida que la dinámica pura de los mercados es insuficiente, por medio de intervenciones de los poderes públicos. Por ejemplo, se habilita al Estado para intervenir en materia de salud para proteger al consumidor. La intervención pública organiza también la competencia por la coordinación de la actividad de mercado (Stanziani, 2008). No es otro el caso de las denominaciones de origen en el sector vitivinícola. Poco se sabe sobre la calidad cuando quienes la utilizan para plantear demandas son colectivos de trabajo.

El trabajo sindical es una entrada original para estudiar la calidad. En el sector vitivinícola, la noción de calidad es avanzada con frecuencia por propietarios y gerentes de viñedos y bodegas para transformar procesos de trabajo, ingresar a mercados protegidos, etc. Los productores le otorgan un valor esencial al ser un instrumento para introducir cambios en empresas y en el sector. Por esto, es también un elemento de las relaciones entre representantes del capital y del trabajo. Las consecuencias de los debates, las negociaciones, los conflictos y los acuerdos en torno a la calidad participan en la regulación sectorial.

Al operar como un significante vacío, la calidad depende de la dinámica social. ¿De qué modo las instituciones y los actores intervienen en la definición de la calidad? ¿Qué actividades “cargan” de significado la noción? ¿De qué manera las actividades sociales resignifican esta categoría flotante? La calidad funciona como una institución cuya evolución no se debe a su rigidez, sino a la movilización de los actores que se sienten concernidos e intentan conservar su definición o cambiarla (Dubuisson-Quellier y François, 2011). ¿Qué ocurre cuando una organización sindical se ampara de la noción de calidad? ¿Qué operaciones le permiten apoderarse de la categoría? ¿Qué hace con ella?

Tomando como excusa un conflicto entre la dirección de una empresa y el sindicato, el objetivo de este capítulo es mostrar cómo se elabora la estrategia de los sindicalistas de bodegas y viñedos de champaña en torno a la calidad. La hipótesis es que ese “proceso productivo” combina los recursos de los que disponen los sindicalistas con los espacios a los que tienen acceso. Dicho de otro modo, las formas de acción política o el trabajo político (Smith, 2019) que el sindicato practica están marcados por los dos ámbitos en los que se realiza el trabajo sindical: el que tiene lugar en instancias abiertas de negociación y debate con los representantes patronales y el que se desarrolla “puertas adentro” del sindicato, entre “iguales”. El rasgo principal de la elaboración de estrategias frente a los patrones es la *simulación* de los sindicalistas (Scott, 2009): simulan adherirse al discurso patronal sobre la calidad, pero en el seno del propio grupo sindical lo que guía la elaboración de la estrategia es el *enfrentamiento* con las organizaciones patronales. El teatro en el que tienen lugar estos hechos es el mundo social de la vitivinicultura (Becker, 2008). Allí, pocos actores, pero muy potentes, componen una institucionalidad que orienta los destinos del sector.

Para mostrar el trabajo sindical y las estrategias que produce, me apoyo en una etnografía de la intersindical Confédération Générale du Travail (CGT), que reúne a obreros de viña y bodega en la zona de delimitación de origen de la champaña. Se trata de una investigación “al descubierto”: el lugar del investigador consiste en analizar las prácticas que conducen a producir la lucha sindical; los miembros de la organización esperan de él un punto de vista descentrado sobre los análisis de situación que ellos realizan. Así, desde 2015 se desarrolló un trabajo de campo en las instancias centrales de la vida de esa organización. Por un lado, las reuniones mensuales, llamadas “del secretariado” (el *bureau* de dirección), consisten en reunir y comparar información

económica y social proveniente de las empresas del sector, analizar las situaciones locales y traducirlas en reivindicación sindical. Por el otro lado, los encuentros del cuerpo de delegados, el “comité ejecutivo” (en el que participan los delegados sindicales de las empresas del sector que cuentan con un sindicato de la CGT), permiten afinar la información y sobre todo modificar o validar las estrategias del *bureau* de dirección. No sólo se observaron esos espacios reservados a militantes. Además, se les acompañó durante sus desplazamientos profesionales; se asistió a seis cursos de formación y fueron compartidos numerosos almuerzos, que permitieron acceder a momentos igualmente ritualizados, pero de menor formalidad, así como realizar entrevistas informales. Esta información fue completada con 16 entrevistas en profundidad; asimismo, se contó con las minutas de las reuniones.

El primer apartado del capítulo describe el conflicto que desata una iniciativa empresarial al intentar introducir tecnología y los actores involucrados. El sindicato se enfrenta a la dirección de la empresa cuando ésta intenta probar una máquina cosechadora. La introducción de la tecnología es el punto de partida de la estrategia sindical. Inmediatamente, el conflicto se despliega al espacio oficial y público (el Comité de Empresa y el Comité de Higiene, Seguridad y Condiciones de Trabajo), donde representantes de trabajadores y de empleadores negocian la ejecución del ensayo técnico de recolección. La segunda parte del capítulo acompaña a los sindicalistas en esos espacios, donde adoptan para sí mismos la bandera de sus adversarios: la calidad. Los militantes disputan el significado de la calidad: el uso de una máquina cosechadora no se concilia con la calidad pretendida. Reivindican antes la calidad de su trabajo, de su producto y los paisajes. Sin embargo, en paralelo, en los espacios que los sindicalistas se reservan, elaboran otra estrategia. La última parte del texto abre al lector las puertas de un segundo espacio, las reuniones de delegados. De ahí surge que la calidad no se busca (sólo) para garantizar la calidad del trabajo, la autenticidad de un producto y de un paisaje. Es igualmente la garantía de un equilibrio de fuerzas sociales. Seguir a los delegados sindicales en ambos espacios pone de manifiesto un “doble discurso” sindical.

¿TECNOLOGÍAS CONFLICTIVAS Y ACTORES CONSENSUALES?

Esta sección describe un conflicto singular y los actores que lo protagonizan. El objetivo es mostrar la génesis del trabajo sindical y las condiciones en las que el sindicato se apropia la categoría *calidad*. La fabricación de estrategias está articulada a relaciones conflictivas, en este caso la del capital y el trabajo: la introducción de una nueva tecnología en el proceso de trabajo desató el conflicto. Una gran empresa productora de champán adoptó la decisión de ensayar con una máquina cosechadora. El hecho provocó la acción sindical y en particular la producción de una estrategia apoyada en la noción de calidad. La descripción de las relaciones entre la sección sindical de la CGT y la dirección de la empresa permite ver que, más allá de esos participantes, el conjunto del *mundo* vitivinícola de la champaña toma posición en la disputa.

El conflicto

En julio 2016, se lleva a cabo la última reunión del año del Comité de Empresa (CE) de Moët & Chandon. En ese encuentro, la dirección anuncia a los representantes del personal que realizará un ensayo de recolección con una máquina cosechadora.

La empresa informa que la máquina será utilizada en una pequeña parcela de dos hectáreas fuera de la zona de denominación de origen y para cosechar, únicamente, uvas tintas. Este anuncio interviene en vísperas del periodo en el que el personal de la empresa toma licencia por vacaciones de verano (julio-agosto). Está previsto para la cosecha siguiente, el 20 de septiembre de 2016, poco después de la reincorporación del personal a la actividad. La dirección hace el anuncio en el marco de una reunión del Comité de Empresa. Los participantes descubren el proyecto en el curso de la reunión, pues el tema no figura en el orden del día.^[1] Formulado de este modo, el planteo es aparentemente anodino, vaciado de contenido (Giraud y Ponge, 2016), por eso es necesario subrayar lo que parecen ser sólo detalles.

La dirección anuncia el ensayo en la reunión del Comité de Empresa, que más allá de su rol consultivo en materia cultural y social, extiende su competencia a los aspectos económicos y financieros de la empresa (tiempo de trabajo, fechas de licencias, reglamento interior, capacitación, despidos, acuerdos por interés y participación, etc.). Sin embargo, el ámbito de discusión para los temas relativos a la introducción de tecnologías en los procesos de trabajo no es el Comité de Empresa. El código de trabajo (en vigor en 2016, artículo 4611-1) estipula que es el Comité de Higiene, Seguridad y Condiciones

de Trabajo (CHSCT). En efecto, según el artículo L 4612-1 del código de trabajo, este comité tiene como rol principal contribuir a la prevención y protección de la salud física y mental y a la seguridad de los trabajadores del establecimiento, a mejorar las condiciones de trabajo (acceso de mujeres a todos los empleos, etc.), a la adaptación y reorganización de puestos de trabajo, facilitando el acceso a personas con capacidades disminuidas, etc. Pero, en particular, el empleador tiene la obligación legal de consultarle sobre todo proyecto de reorganización importante de las condiciones de trabajo y los proyectos de introducción de nuevas tecnologías, entre otros puntos (artículo L 4612-8 del código de trabajo).

Por otro lado, aunque la superficie en la que está previsto el ensayo se encuentra en la región de Champaña, está fuera de la zona delimitada por la denominación de origen. No tendría, entonces, consecuencias sobre las modalidades de cosecha en la denominación de origen. En una pequeña superficie significaría nada más que una etapa, de la cual no se podrían sacar conclusiones inmediatas sobre la eficacia de la tecnología. El viñedo seleccionado es de uva tinta, mientras que el esencial de la cosecha para champán es blanca. Las características que distinguen al sector donde se prevé están planteadas para mostrar la diferencia con las áreas bajo la *denominación de origen champaña*.

A pesar de la poca importancia que la dirección parece darle al ensayo, para los sindicalistas presentes en la reunión el anuncio provoca el efecto de un ruido estruendoso. Lo sorpresivo del anuncio hace, empero, que los delegados respondan con dificultad. Entienden que la situación es delicada, alarmante: la estrategia de movilización clásica está frenada por la temporalidad del anuncio y de la prueba. Se preguntan: ¿Cómo, en este periodo, movilizar al personal en urgencia? Saben por experiencia que para el personal el clima social de fin de año está más asociado a las licencias de verano que a un llamado a la lucha precisamente cuando cesan las actividades laborales en Francia. Esta desconfianza y preocupación sindical contrasta con las expectativas de las distintas organizaciones patronales.

Para las entidades gremiales patronales, el interés por la mecanización de las cosechas es claro. Esas máquinas trabajan más rápido que los asalariados y de modo sostenido, disminuyen los costos salariales y en particular eliminan las cotizaciones sociales de los trabajadores estacionales en periodo de cosecha. Introducir esa tecnología también permitiría atenuar tanto la

complejidad del alojamiento del personal al momento de la vendimia como la dificultad para reclutar la mano de obra necesaria. Los empleadores identifican, en efecto, problemas en esos planos, ya que en la zona de denominación de origen contratan con cada cosecha para esas tareas entre 95 mil y 130 mil trabajadores.[2] Para los dirigentes de empresas, introducir tecnología, en esta ocasión una máquina cosechadora, es el modo de resolver una parte de dichos problemas. Ése es el argumento de la estrategia patronal. Esa modalidad de construcción de la estrategia en Champaña fue, además, probada en otras regiones.

En efecto, la mayoría de las regiones vitícolas francesas confirman el interés por esta tecnología.[3] La cosecha manual es una práctica menos utilizada que la mecánica: algo menos de un tercio de los volúmenes de uva son cosechados a mano. La vigencia de la cosecha manual se debe a tres razones. Primera, todas las parcelas no son igualmente aptas para la introducción de una máquina cosechadora. Esas parcelas pueden ser accidentadas: en ciertos viñedos la distancia entre rangos de viña no permite el acceso de una máquina o las parcelas mismas se encuentran en lugares de difícil acceso. Segunda, en dos regiones vitivinícolas, Beaujolais y Champaña, el valor del producto sugiere la aplicación de controles estrictos al momento de la cosecha realizados manualmente. Tercera, el movimiento de la vitivinicultura, fundado en una mítica “vuelta a la naturaleza”, desarrolla prácticas naturales, biodinámicas, etc., que dan lugar a vinos orgánicos, etc. Esas orientaciones reintroducen técnicas tradicionales de trabajo agrícola. Entre muchas otras, la de la cosecha manual forma parte del abanico de opciones del viticultor. El discurso acerca de esa mutación circula con cierta fluidez y amplitud. Las prácticas, a pesar de un crecimiento espectacular,[4] son marginales.

Todo esto hace que, en Champaña, la introducción de esta tecnología sea estudiada con interés no sólo por la empresa que realiza el ensayo, sino por las entidades gremiales del sector, aun cuando esté previsto fuera de la zona de denominación de origen.

El elemento clave es, en efecto, que el protocolo de la *denominación de origen champaña* no se pronuncia *stricto sensu* sobre las características manuales o mecánicas de la cosecha. Para respetar la regla de la denominación de origen y sacarle beneficio, el productor debe cosechar el racimo de uva entero, es decir, al mismo tiempo la uva y las partes verdes (pedúnculo, raspón y peciolo).

Más precisamente, el decreto 2010-1441, del 22 de noviembre 2010, relativo a la denominación de origen, estipula que “todo medio que no permita la cosecha de racimos de uva enteros está prohibido”. Las cosechadoras mecánicas no respetan este protocolo. Sólo el uso de trabajo humano permite, por el momento, obtener ese resultado. ¿Por qué razón la decisión de la empresa provoca el fragor de una batalla? Al contar con una garantía legal de ese orden, ¿por qué se alarman los militantes de la sección?

En el trabajo de campo, se podía esperar que dos cuestiones preocuparan a los militantes de la CGT. La primera, el empleo: para los sindicalistas, la sustitución de trabajo asalariado por capital tendría como consecuencia la reducción de personal y el reajuste de calificaciones. La segunda, la distinción del trabajo en dos zonas: una traería aparejado un trabajo sujeto a regulaciones y la otra uno desregulado o precario.

Estos dos puntos no fueron cuestionados por la CGT. Contra estas intuiciones, los sindicalistas se concentraron en la calidad del producto final. Haciendo saber, entonces, que una prueba podría, *in fine*, poner en peligro la calidad del producto, la CGT se compromete en una batalla contra la cosechadora mecánica. Por esto, el sindicato manifiesta su adhesión incondicional a la búsqueda de la calidad, en coincidencia con las orientaciones de la dirección de la empresa.

¿Quién entra en conflicto? Sindicato y empleadores en Champaña

Aunque el conflicto en su desarrollo arrastra a todos los actores de la vitivinicultura en Champaña, tiene dos protagonistas singulares. Uno es la dirección de la bodega más poderosa del sector, Moët & Chandon, perteneciente al *holding* Moët Hennessy Champagne Services (MHCS).[5] El segundo es la sección sindical de la CGT del establecimiento, inserta en una organización profesional regional.

En el sector vitivinícola y en la región delimitada de producción de champaña todos los sindicatos reconocidos por el Estado se encuentran presentes y actúan en las diversas instancias de negociación de la empresa dedicada a la rama de actividad. La CGT es, según las reglas de representatividad (Haute y Yon, 2018)[6] en vigor, el sindicato mayoritario. Unos cinco mil asalariados trabajan en el sector, de los cuales la CGT representa

40%. Esta proporción contrasta con la tasa de sindicalización nacional, de apenas un poco más de 10% (9% en mujeres y 11% en hombres).

La CGT representa a obreros asalariados de bodega y de viña en empresas productoras de uvas y/o elaboradoras de vinos bajo denominación *champaña*. Esa representación se traduce por la acción de 150 delegados en las empresas. Esa presencia se acentúa en los establecimientos de mayor tamaño, como Moët & Chandon, y los del *holding* Moët Hennessy Champagne Services, donde militan 45 delegados.

La base social del sindicato está compuesta principalmente por obreros de empresas grandes y medianas, privadas o cooperativas, con bajos niveles de diploma en el sistema de enseñanza francés.[7] A lo largo del trabajo de campo, nunca se identificaron trabajadores provenientes, por ejemplo, de empresas pertenecientes a pequeños productores vitícolas o vitivinícolas.

La militancia del sindicato se organiza en secciones por empresa. Es la base de la organización. Por su localización profesional y geográfica, cada sección se adhiere a un sindicato “regional”. Así, las secciones, según su implantación territorial, se adhieren a los sindicatos de las ciudades de Reims, Epernay o Aÿ. Estos tres sindicatos, ubicados en zonas urbanas, concentran a los obreros de bodega. Por su dispersión espacial, los obreros de viña se reúnen en un cuarto sindicato, cuyo límite es la zona de denominación de origen.

Se ha subrayado que la fortaleza sindical está dada por la extensión nacional y la capacidad concomitante para asegurar condiciones de empleo y salario en ese nivel para el conjunto de la clase. La pertenencia del sindicato local a una actividad de envergadura nacional, las federaciones de la rama, contribuye a fortalecer la acción sindical. En el caso estudiado, los sindicatos se adhieren a la Federación Nacional Agroalimentaria y Forestal (FNAF).

Un signo de la fuerza específica de la CGT de trabajadores de bodegas y viñedos de Champaña es la construcción a lo largo de su historia de una organización atípica en relación con otras ramas y regiones:[8] la Intersindical de Trabajadores de Bodegas y Viñedos de Champaña[9] como instancia de coordinación de los sindicatos locales de Reims, Epernay, Aÿ y viña. El resultado es una forma híbrida con atribuciones de la federación, pero con competencia limitada a la producción vitivinícola en Champaña.

Esta singularidad es un desafío para la Federación Nacional Agroalimentaria y Forestal, el nivel federal o nacional. Cada sección local, en lugar de ceder parte de los recursos financieros a la federación, destina una porción

significativa (30%) a la Intersindical. Este financiamiento propio es fruto de una afiliación más elevada que la media de la rama. Pero no se trata sólo de un desafío en el plano económico. También lo es en el plano político. Estas condiciones dotan a la Intersindical de un margen de autonomía considerable frente a la Federación Nacional Agroalimentaria y Forestal. Por la cantidad de secciones y, sobre todo, de afiliados a los cuatro sindicatos, la Intersindical es la organización más poderosa de la federación.

En cuanto a su organización interna, cada sección elige un representante como dirigente del sindicato local (Reims, Epernay, Aÿ, viña). Este representante integra un “secretariado”, la dirección de la Intersindical. No obstante, aunque la organización tiene cuatro sindicatos, una vez por mes todas las secciones sesionan en una asamblea común de delegados bajo la conducción del secretariado. Con esta organización, el sindicato interviene en la negociación profesional del sector.

Tres convenciones colectivas estructuran las relaciones profesionales entre asalariados y patrones en la vitivinicultura de Champaña. Así, en teoría, los interlocutores del sindicato son dos: los representantes de grandes elaboradores (llamados *négociants manipulateurs*, nucleados en la Union des Maisons de Champagne) y los representantes de cooperativas de elaboración y los productores primarios (los primeros conocidos como *coopérateurs manipulateurs* y los segundos como *recoltants* y *recoltants-manipulateurs*, integran el Syndicat Général des Vignerons).[10] En realidad, la amplia mayoría de la acción sindical se concentra en los representantes del “negocio” y de las cooperativas. No obstante, el sindicato interviene también en la convención colectiva de los asalariados que trabajan en la pequeña propiedad.

Esa situación obedece al alto grado de concentración del capital y a la naturaleza de los actores. De los cinco mil obreros asalariados del sector, algo más de la mitad trabaja en las cinco empresas del *holding* Moët Hennessy Champagne Services de LVMH.[11] Dos de estas empresas, Moët & Chandon y Veuve Clicquot, concentran la mitad del efectivo obrero total. Los trabajadores del *holding* poseen ingresos relativamente altos y condiciones de trabajo de calidad. Algunas otras empresas (privadas o cooperativas) brindan niveles de salario y condiciones de trabajo semejantes (por ejemplo, Taittinger, Pol Roger, Bollinger, Roederer, Laurent Perrier, Pernaud-Ricard, Palmère, Nicolas Feuillatte, etc.). El relativamente alto nivel de ingresos de los obreros de estas empresas (rondan los tres mil euros luego del pago de impuestos)[12] se debe

principalmente a las primas no salariales (treceavo y catorceavo mes, prima por participación e interés). Dotados del Comité de Empresa con presupuestos significativos, los trabajadores tienen acceso a bienes culturales y turísticos para ellos, sus familias y los trabajadores jubilados (estadías en transatlánticos o vacaciones en destinos exóticos, viajes de estudios al extranjero para hijos en edad escolar, además de acceso a espectáculos, museos o eventos y cajas de champán). Sin embargo, alrededor de un tercio de los trabajadores del sector tiene un nivel de salario equivalente al mínimo convencional, apenas por encima del salario mínimo; por ejemplo, los grupos Vranken-Pommery Monopole, Lanson-BCC, Martel, etcétera.

La importancia económica del *holding* que pertenece a LVMH lo convierte en un actor decisivo del mundo social vitivinícola en Champaña. El *holding* produce la mitad del valor en el sector. Y, en términos de beneficio, esas empresas concentran 70% del sector. La posición oligopólica de Moët Hennessy Champagne Services le garantiza una influencia crucial en el plano institucional y político sectorial. Esto es así tanto en las instancias institucionales en las que participa como en las que no lo hace, pero tiene adherentes que en la práctica son sus proveedores, como los productores primarios.

En ese mundo social, relativamente compacto, las relaciones profesionales están estructuradas por (sólo) tres fuerzas sociales. El Syndicat Général des Vignerons de la Champagne (SGV) y la Union des Maisons de Champagne (UMC) copresiden el Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne (CIVC). Su rol oficial es la defensa de la denominación de origen, pero también tienen competencia en la firma de las convenciones colectivas y los acuerdos de salarios. Fuera del campo institucional de los empleadores, todos los sindicatos de asalariados reconocidos por el Estado están presentes en el sector.

La base social de cada institución representativa está compuesta, respectivamente, por unos 15 mil productores primarios (de los cuales una tercera parte, además, vinifica y comercializa su producto), casi 400 empresas elaboradoras, y cinco mil asalariados con categoría de obreros (de viña y bodega) y empleados.[13]

Cada agente controla un eslabón sensible de la cadena productiva. Los productores primarios no sólo producen la uva, sino que son, en efecto, propietarios de 85% de los viñedos. Además, elaboran algo más de una cuarta parte del vino (incluidas las cooperativas); las empresas elaboradoras poseen

algo más de 15% de la tierra bajo denominación, pero elaboran y comercializan casi tres cuartas partes del vino producido. En líneas generales, estos actores se reparten los mercados: el interno para los “manipuladores elaboradores” y el externo para las grandes marcas. La transformación de esos capitales estratégicos se traduce al plano político. En los tres casos, la afiliación a cada organización, aunque desigual, es masiva.

Lo singular del conflicto es que se enfrentan actores de gran porte. Sobre ellos pesa en cierta medida la estructuración del sector vitivinícola de la región. Los beneficios adquiridos en la negociación y la lucha por los representantes sindicales de Moët & Chandon (o en otras empresas del grupo LVMH) repercuten en el conjunto del sector. Por esto, las consecuencias sociales de la introducción de la máquina de cosechar interesan a todos los actores de la champaña.

El análisis del conflicto permite ver de qué manera el trabajo de los sindicalistas introduce la noción de calidad como estrategia y la vuelve legítima, al punto de bloquear la decisión de la empresa sobre introducción de tecnología.

¿REIVINDICAR CON ARGUMENTOS DEL ADVERSARIO? LA SIMULADA SUBORDINACIÓN PÚBLICA

La estrategia sindical tiene una dimensión pública. Se trata de la formulación de argumentos frente a la dirigencia empresarial y sectorial. Se trata, a la vez, de la objetivación del trabajo sindical en estrategia y es la cara visible de esa estrategia para la dirección empresarial. ¿Cómo se manifiesta? ¿Qué produce? En el desarrollo del conflicto, esa estrategia pública pone en evidencia una paradoja: para oponerse a la introducción de tecnología, la CGT utiliza el argumento de su adversario, la calidad.

La estrategia sindical pública

Luego de la reunión en la que se anuncia el ensayo de recolección, el trabajo de los sindicalistas se concentra en el estudio de las dimensiones de la calidad del producto y en la comunicación de las conclusiones. Primero, los sindicalistas recaban información y conocimientos técnicos sobre la máquina y sus consecuencias sobre la calidad. El secretario general del sindicato se encarga de

exponer las conclusiones a los medios de comunicación locales y hace un llamado a los dirigentes del sector y del grupo (incluido su presidente, el director general de Moët & Chandon), subrayando los problemas que provoca la introducción de la cosechadora. En paralelo, luego del periodo de licencias, los militantes se concentran sobre la actividad en el Comité de Empresa y el Comité de Higiene, Seguridad y Condiciones de Trabajo. Para terminar, la CGT informa al personal de la empresa a través de la clásica distribución de volantes al momento de entrada y salida de los trabajadores del establecimiento. Ese “repertorio de acción” sindical para resistir a la iniciativa patronal combina algunos rasgos tradicionales con otros atípicos (Sainsaulieu, 2017).

Entre estos últimos, la estrategia pública se apoya primero en el conocimiento del modo de operar de la máquina. La “investigación”, aunque no es profunda, se preocupa por recolectar pruebas empíricas (no va mucho más allá de la consulta del manual de operaciones del proveedor de la máquina, de la búsqueda en sitios especializados vía internet, de la participación en foros virtuales de discusión entre utilizadores, etc.). Un pequeño grupo de delegados de viñedos analizan el funcionamiento de la cosechadora y rinden cuenta del uso de la máquina: varios de ellos conocen, por experiencia personal en otras regiones, el funcionamiento y las consecuencias del empleo de esta tecnología.

Un grupo de delegados identifica los factores que afectan la calidad de los vinos cuando la cosecha es mecánica. Los militantes señalan que la máquina está provista de “batidores” o de barras laterales con las que golpea o sacude la vid de modo que los racimos dejan caer las uvas y un ventilador elimina la mayor parte de las hojas. Los granos caen en una alfombra transportadora que los conduce al depósito de la máquina, donde son almacenados provisoriamente en grandes volúmenes y peso. Luego son cargadas en camión y dirigidas a la bodega. En el curso de la operación, al arrancar la uva del pedúnculo, el raspón y el peciolo, la aparición de jugos es inevitable. Además de la pérdida o la modificación de aromas, esto acelera procesos químicos carentes de controles estrictos (en particular, la oxidación de mostos, maceraciones y fermentaciones). Según los casos, estos jugos, en contacto con el hollejo de la uva, corren riesgo de colorear los vinos, mientras que en Champaña se producen vinos esencialmente blancos. Por último, el empleo de una máquina aporta elementos extraños a la producción. Hojas, raquis, etc., deben ser separados al momento de comenzar la producción. Racimos en malas condiciones de salud o que no poseen el grado de madurez suficiente no

pueden ser identificados y separados desde la cosecha, exigiendo un trabajo suplementario de selección en la bodega.

La CGT identifica, entonces, los principales elementos que le permiten transformar el sentido de la noción de calidad. Utilizar la máquina de cosechar sería degradar la calidad. En función de esto, invita a la dirección a abandonar el ensayo de recolección de la máquina. Al examen técnico le siguen acciones asociadas al repertorio clásico del sindicalismo (Giraud, 2006 y 2009). La CGT informa al personal de la empresa sobre la iniciativa patronal y contribuye a abrir un debate entre los obreros en torno a la introducción de la cosechadora mecánica en la región. Los delegados de la CGT distribuyen volantes poco antes del ensayo programado, en los cuales cuestionan los resultados “poco cualitativos de la producción y la imagen de la región” que provoca.

Paralelamente, los sindicalistas actúan en las instancias de administración de la empresa en las que se encuentran presentes. En particular, en el Comité de Higiene, Seguridad y Condiciones de Trabajo. Ahí, los delegados avanzan otra vez la crítica sobre la calidad de los vinos obtenidos con la máquina. Pero, sobre todo, introducen un plazo de reflexión que la dirección no deseaba y que tiene la obligación legal de respetar. En el primer Comité de Higiene, Seguridad y Condiciones de Trabajo del año, los representantes de la CGT exigen a la empresa una serie de condiciones antes de realizar el ensayo. Concretamente, la nominación de un experto en nuevas tecnologías y que se convoque a una nueva reunión del Comité de Higiene, Seguridad y Condiciones de Trabajo con carácter extraordinario para tratar exclusivamente el tema. Así, los delegados intentan jugar, por una parte, con el conocimiento preciso de los resortes institucionales de la “democracia de empresa” (Bérout, 2013) y, por el otro, con el tiempo, solicitando la intervención exterior de un experto. Movilizan un uso del derecho (Agricoliansky, 2010) que los militantes conocen muy bien con fines reivindicativos. Los delegados saben que el experto no podrá transmitir una respuesta a los miembros del Comité de Empresa antes de la fecha prevista para la prueba. El día de la reunión extraordinaria del Comité de Higiene, Seguridad y Condiciones de Trabajo, los sindicalistas declaran que la empresa los pone en una situación “insostenible”: la empresa, por medio del experto, nunca les ha provisto información suficiente para que se pronuncien favorable o desfavorablemente sobre el tema. Argumentan y afirman en la reunión: “no es que no queramos [pronunciarnos], es que no podemos”. Empuñada de esta

manera, el arma del derecho (Israël, 2009) pone el problema en evidencia delante de la inspección del trabajo.

La estrategia rinde los frutos que los sindicalistas esperan. Logran mostrar que, en el procedimiento de consulta previsto por la ley, la empresa introdujo un “vicio de forma”. El tema no fue indicado en el orden del día de la convocatoria a la reunión, obstaculizando la respuesta sindical. La inspección del trabajo sanciona a la empresa.

Siempre en el plano público, el sindicato cuenta con otros tres recursos. Primero, la CGT, de manera pedagógica, se dirige a los cuadros superiores de la empresa y del grupo al que pertenece, para explicar los problemas de calidad que podría provocar la utilización de una máquina de cosechar. Luego, dirigiéndose a la prensa, la CGT manifiesta que la reputación, la imagen de un vino de élite y el conjunto de la región corren el riesgo de degradarse. La CGT interpela a los dirigentes patronales del sector en los medios locales: “¿Cuál es la imagen de ‘tradición’ que se desprende de un espacio vacío de seres humanos donde no se ven más que máquinas?” “¿Cómo se compatibiliza el empleo de la máquina cosechadora con la denominación por la UNESCO de los ‘viñedos, grandes casas y bodegas de Champaña’ al rango de patrimonio mundial de la humanidad?”^[14] La calidad pasa también por el paisaje, pero a través de ese paisaje son todos los actores la región quienes son llamados a considerar los riesgos de los cambios propuestos. Finalmente, a nivel local, donde el ensayo de recolección debería llevarse a cabo, los sindicalistas dejan entender a los ejecutivos de la dirección que las bases sindicales estarán presentes el día del ensayo con la intención de perturbarlo hasta impedirlo. El anuncio permite a la empresa anticipar el movimiento sindical.

La elaboración de la estrategia pública en el curso del trabajo sindical termina por provocar el abandono de la prueba. La víspera del ensayo, la empresa decide cancelarlo: anuncia que las condiciones de seguridad no se encuentran reunidas para garantizar la calma durante la prueba.

La CGT se atribuye la victoria de un combate que hasta ese momento no lleva públicamente ese nombre. Los militantes confían a la prensa, bajo un tono mesurado: “hemos ganado una batalla, pero no la guerra; no sabemos cuándo el asunto volverá a ser de actualidad”.

Con diferentes recursos la CGT obstruyó el ensayo. Lo que interesa ahora es comprender cuáles son los resultados y los recursos empleados en la lucha, así

como el modo de producirla.

Resultados de la estrategia pública del sindicato

El primer resultado de la estrategia pública de la CGT es la adhesión al argumento de la calidad, hasta ese momento sólo movilizado por la dirigencia empresarial. Los sindicalistas parecen convencidos de la importancia que tiene defender la calidad del producto. Con la estrategia pública el sindicato resignifico la categoría *calidad*. Esta resignificación tiene una dimensión simbólica y otra práctica.

El nuevo contenido de la categoría encuentra cierto eco en el aura de prestigio y elitismo que parece envolver al producto. Asimismo, los elementos clásicos del orgullo profesional son particularmente sensibles al uso de la máquina de cosechar. Que los asalariados contribuyan a producir un vino mediocre incomoda a los delegados.[15] En este sentido, la CGT defiende un punto de vista de lo que debe ser el producto y, de modo general, la profesión. Así, los asalariados obtienen un reconocimiento social potente, ya que el producto es valorado por la sociedad que consume champaña como un bien exclusivo, de élite: por las prácticas a las que se le asocia, es capaz de conferir una forma de distinción (Bourdieu, 1979). El champán que estos obreros producen es un símbolo de la burguesía. La dignidad pretendida de aquellos que producen champaña no sería la de quienes fabrican otros vinos efervescentes.

Además de la reputación, la estrategia pública que consiste en apropiarse de la categoría tiene una consecuencia práctica: la ventaja económica. Es una ocasión para oponerse a la dirección de la empresa a bajo costo.

No hay enfrentamiento abierto. Al estudiar los aspectos técnicos del proceso de producción donde interviene la cosechadora, el sindicato señala las inconsistencias de la iniciativa empresarial. Las acciones en las instancias internas de la empresa muestran la oposición sindical al ensayo de recolección. El llamado de atención a los altos mandos se limita a informar y peticionar. La precaución de informar a la dirección es por lo menos curiosa, pero el anuncio de una movilización de la base sindical durante el ensayo reafirma la posición de la CGT y su disposición a actuar. No obstante, en ningún caso el sindicato abre un conflicto; no confronta ni se enfrenta a la dirección. Apropiándose del

tema de la calidad, los sindicalistas entorpecen la estrategia empresarial con las herramientas del “diálogo social”.

Esta estrategia de lucha *low coast*, al incluir la calidad en la estrategia, permite una economía en el ejercicio de la resistencia. Sobre todo, en una situación en la que el tiempo juega contra los sindicalistas. Ejerciendo una forma de resistencia que parece no oponerse a los dominantes, sino, al contrario, aproximarse a sus posiciones para recordar un criterio al cual debería adherirse, la CGT evita un conflicto frontal.

La CGT se acerca, además, a sus adversarios. Al no apuntar a la dirección en tanto representante patronal y de clase, la línea estratégica privilegia un enfoque policlasista. En efecto, la CGT no cuestiona las razones que hacen que la máquina de cosechar plantee un problema de empleo que afectaría a los asalariados que representa. La calidad (o su ausencia) significaría un problema para el conjunto del sector. Así, la CGT reinterpreta el argumento de los dominantes sobre la calidad.

Estos resultados surgen de la observación de lo que los sindicalistas muestran a sus adversarios. Esto no es suficiente para verificar la integración de la calidad en la estrategia sindical.

El interés de los sindicalistas por integrar la calidad a sus estrategias se verificaría si coincidiera con una estrategia privada, invisible para la dirección, sin su influencia, aquella que los sindicalistas elaboran para sí mismos. Si no hay coincidencia entre lo que dicen y lo que se dicen, quiere decir que simulan. Los sindicalistas bloquean la estrategia empresarial simulando. Elaboran una performance de simulación (Scott, 2009). ¿La apropiación de la calidad es una postura simulada?

Si éste fuera el caso, la simulación es la forma política que asume la resistencia de la CGT en esta etapa, pero, además, significa que el combate sindical no sólo es económico, sino que la naturaleza de la estrategia sindical es política. ¿De qué modo esta forma política, esta estrategia de resistencia que es la simulación, fue construida? Si es lo que aparece en la superficie de una forma política, ¿cuál es el fondo? ¿Qué interés tiene adoptar esta estrategia?

EL TRABAJO SINDICAL A ESPALDAS DE LOS PATRONES

La estrategia pública del sindicato se apropió de la *calidad* y la resignificó. Valorizó el trabajo asalariado y economizó los recursos de la lucha. Estos hechos no permiten afirmar que los sindicalistas no manifiesten un discurso alternativo: que no haya enfrentamiento con la dirección no significa consentir; quien calla no necesariamente otorga. Por esto, es necesario rendir cuenta no sólo del discurso sindical hacia la dirección de la empresa, sino del que se expresa entre pares al interior de la Intersindical.

En estos espacios reservados, los delegados sindicales elaboran un discurso de resistencia. Este discurso es a la vez más abierto, pues es expresado sin filtro, pero también queda “en sordina”, ya que no es dirigido a los representantes patronales. Para decirlo con James C. Scott (2009), los sindicalistas formulan un “texto escondido” que permite entender que la faceta en sordina del trabajo sindical produce una estrategia política de resistencia autónoma más allá de la calidad del producto y el trabajo.

Ese discurso que los sindicalistas no manifiestan sino en lugares que les son reservados (en sus reuniones de trabajo internas de la sección, en las asambleas de delegados, en conversaciones entre militantes, etc.) tiene una naturaleza distinta del discurso ante la dirección de la empresa. La calidad no es el eje ni del trabajo ni de la lucha sindical contra el ensayo de la máquina cosechadora.

En los espacios propios, los delegados enuncian discursos relativamente libres. Los encuentros organizados con regularidad por el sindicato son de dos tipos.[16] A las reuniones de delegados de la Intersindical asisten mensualmente para trabajar unos cincuenta o sesenta delegados de empresas pertenecientes principalmente a las grandes bodegas y cooperativas provenientes de los cuatro sindicatos de la CGT de bodegas y viñedos.

Esas reuniones están preparadas por un grupo reducido de delegados —entre ocho y diez: se trata de las reuniones del secretariado—. El secretario general y su adjunto preparan el orden del día y los temas son analizados por el pequeño grupo. La reunión elabora los temas debatidos luego, en general, al día siguiente, en la reunión de delegados, o comisión ejecutiva. Estas reuniones no están abiertas más que a los delegados: en ese “entre pares”, el discurso es poco controlado por los militantes o, en todo caso, las restricciones en el uso de la palabra no son las que imponen las direcciones de las empresas.[17] Los delegados construyen las respuestas dadas a la dirección en estos espacios, ya sea sobre la cosechadora mecánica o sobre otros temas. Durante el trabajo etnográfico no identifiqué ninguna adhesión de los delegados sindicales al

discurso de la dirección de la empresa o de las entidades patronales, en particular a la calidad.

La crítica a la máquina cosechadora apuntó en ciertas oportunidades a las características de los vinos producidos con esta tecnología. Sin embargo, este registro no es más que un punto de transición, un inicio del debate: la cosecha mecánica “es el árbol que esconde al bosque, la punta del iceberg”, dicen los delegados.

Cuando el tema es abordado en reunión de *bureau*, un delegado se expresa diciendo: “Va a ser un ensayo fuera de la zona de denominación de origen controlado; dicho esto... esto cuestiona todos los códigos de la champaña, entre otras cosas, en el plano cualitativo”. Los delegados abren una perspectiva distinta a aquella dirigida a la dirección de la empresa a propósito de las consecuencias del ensayo. El fondo del debate sindical se despliega sobre tres aspectos imbricados. Analizan las consecuencias de la introducción de la cosechadora mecánica en la institucionalidad del sector.

En primer lugar, subrayan las consecuencias sobre la organización de la representación política que estructura y gobierna la actividad, el Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne (CIVC), cogobernado por grandes empresas elaboradoras (UMC) y pequeños productores (SGV). El problema es el debilitamiento de la interprofesión. Los debates se organizan, en segundo lugar, en torno a las consecuencias de la introducción de la máquina sobre la organización patronal representativa de los pequeños productores, el sindicato general de viñateros (SGV), en el mediano plazo. Correlativamente, el efecto favorecería a las grandes empresas y su representación política. El problema es la ruptura del equilibrio (de fuerzas sociales) en Champaña. Finalmente, el debate apunta a la cuestión del aprovisionamiento de las grandes bodegas. Lo que está en juego es la desregulación del sector.

Al exponer el tema del debilitamiento de la interprofesión (CIVC), los argumentos de los delegados subrayan su pérdida de peso, así como la debilidad de la entidad patronal que agrupa a las grandes bodegas (la UMC). Ponen en relación ese debilitamiento institucional con el desmantelamiento del protocolo de denominación de origen. Un delegado lo manifiesta así:

Lo que me preocupa mucho es que ellos quieren salir de... todo lo que es CIVC; es decir, la interprofesión los jode. ¡Todo lo que tiene que ver con la denominación de origen les rompe las pelotas! Lo que quieren es ser libres. Y como me lo dijo el presidente del *holding*

MHCS (...) “nosotros no vendemos champaña, ¡vendemos una marca!” A partir de ahí, entendí todo. Y cuando dicen “en la profesión estamos nosotros y los otros”, eso quiere decir lo que quiere decir (...). “Son estructuras que limitan: ¿por qué [el *holding* MHCS de LVMH] no se iría de la UMC, del CIVC?”

La introducción de una cosechadora mecánica pone en evidencia el riesgo de la desregulación del sector. Primero por el desmantelamiento de las instituciones que lo gobiernan. Los delegados consideran esa situación como un peligro “para la champaña (...) para el equilibrio económico de la profesión (...) todo el mundo vive de la profesión: los viñateros, los pequeños productores, las cooperativas, las grandes bodegas, sobre un sistema de equilibrio”. Sin embargo, la desestabilización de las instituciones que gobiernan el sector no sería una condición suficiente para romper el “equilibrio de la champaña”. Esta relación estaría garantizada por las características estructurales de los grupos sociales (pequeños productores propietarios de la tierra y los viñedos), pero sobre todo por el protocolo de denominación de origen. Champaña es un sector vitivinícola inscrito en una zona protegida, la denominación *champaña*. Sin embargo, para los delegados ese argumento carece de valor.

Estos delegados entienden que la cosecha mecánica amenaza precisamente el marco de protección del producto, la denominación de origen, y las configuraciones sociales derivadas. La máquina cosechadora permite dejar de lado las exigencias del protocolo de “la denominación *champaña*”. Su introducción amenaza la continuidad del protocolo de la denominación de origen. El argumento de los delegados reintroduce en el juego social a los pequeños productores y los cuestiona por entender que tienen:

“una visión muy corta del asunto”: si mañana utilizamos la máquina cosechadora [en Champaña], y ahí está el problema, hay que pensar bien... y los pequeños productores no lo hacen. Ven el momento actual, el “hoy”, ven el problema de la vendimia, pero no que si mañana trabajan con la máquina cosechadora destruyen el protocolo de denominación de origen. (...) El protocolo queda obsoleto, destruido.

Con la destrucción del protocolo de denominación de origen perderían peso los órganos de gobierno y regulación del sector (en particular, el CIVC) en los que cada actor hace valer sus pretensiones.

Otro delegado aborda la cuestión desde la perspectiva de la evolución de los precios de las uvas y la hipótesis de la introducción de la cosecha mecánica. En

la medida que no se calcula más el peso de las partes verdes (la cosechadora mecánica las separa de los granos), la unidad de medida deja de ser el kilo. El rendimiento se mediría en hectolitros. Y, según el delegado, esta modificación implica un riesgo importante: “Eso quiere decir que los 6-7 euros [por kilo de uva] en promedio... no tienen la misma base... y les puedo decir que ahí donde se calcula al hectolitro, el precio del kilo de uva se desploma. (...) Pero, sobre todo, entonces, lo que se desploma también es el precio de la tierra” (de la que son mayoritariamente propietarios los pequeños productores). La denominación de origen perdería su significación. Y las consecuencias del abandono pesarían antes que nadie sobre los pequeños productores y sobre la región.

Para los sindicalistas, el área de protección y las instituciones de gobierno y regulación son tecnologías sociales difícilmente compatibles con la integración de la máquina cosechadora al proceso de producción. No por razones económicas o sociales, sino políticas. Esta tecnología interesa a las grandes bodegas porque permite redefinir las exigencias del protocolo de la denominación de origen y abre la posibilidad de cuestionar cómo protegerla (como lo desea la CGT) o reformularla. A esta última tentativa es a la que la CGT se opone. Paradójicamente, la lucha por la calidad del vino no es más que una manera de disimular un combate por la conservación de las regulaciones del sector en un marco de discusión política. Este marco institucional es a la vez producto y garantía de cierto equilibrio de fuerzas sociales en el sector y en la región.

La desestabilización de la zona de denominación de origen lleva a los delegados a plantear un tercer problema de fondo. Abandonar el protocolo de la denominación de origen se asocia a una herramienta política patronal que vuelve posible la aplicación de normas que escapan al control de los grupos sociales del sector y de la región Champaña: la norma europea. Un militante expresa su preocupación en estos términos:

Una situación complementaria que nos preocupa es el “fuera de denominación” que viene de Europa [de las directivas de la Unión Europea]. Es decir, que hoy se puede plantar vid por todas partes, sin denominación de origen (...). Si mañana todo eso [las regulaciones impuestas por la denominación de origen] explota... Miren la empresa X (gran bodega): ¡Compraron tierras en el norte, incluso en Inglaterra!**[18]** ¡Porque saben muy bien que mañana podrían ir a plantar por todas partes! (...). Si la interprofesión es capaz de destruir la denominación de origen controlado quiere decir que se podrá ir a buscar uvas en

cualquier parte, no sólo aquí. Hay que ser conscientes que en las bodegas en las que trabajamos vendemos marcas, no champaña. Es completamente distinto (...). Dicho esto, si mañana quieren ir a invertir en otra parte, irán a invertir en otro lado, y dejarán un desierto en Champaña.

A esto se agrega que, en un contexto donde las limitaciones impuestas por la denominación de origen están ausentes, las bodegas son libres de encontrar proveedores fuera de la región de Champaña.

Ambos argumentos muestran que los delegados están convencidos de que esta producción, considerada como muy prestigiosa por su implantación específica y su carácter local, es potencialmente deslocalizable.

Estos elementos estructuran una crítica sin ningún punto de convergencia con las entidades patronales en torno a la cuestión de la calidad. Los delegados sindicales entienden que el abandono del marco regulatorio no sólo es peligroso para los asalariados. Una regulación en el mercado desestabilizaría tanto a este grupo social como a los pequeños productores y al conjunto de la región. No se trata sólo de un debate económico y social sobre la crisis en una empresa; como un intelectual colectivo, el sindicato piensa su futuro y el de distintos grupos sociales en un marco regional.

CONCLUSIONES

La conclusión de este texto está destinada a afinar la hipótesis inicial. Los datos sugieren tres orientaciones complementarias. La primera indica que el trabajo sindical permite apropiarse de la noción de *calidad* y renovar su significado. El trabajo sindical, como otros tipos de trabajo, se lleva a cabo en el contexto de la globalización. Esta última cuestiona los modelos nacionales vigentes, las reglas que estructuran mercados de trabajo, los sistemas de protección social y de derechos sindicales. Es indispensable, entonces, tener en cuenta los aspectos supranacionales al considerar este tipo de trabajo y entender las consecuencias sobre las posibilidades y la eficacia de la acción sindical. Entender la actividad sindical como trabajo implica también rendir cuenta de los recursos disponibles, de las actividades desarrolladas, del “estatus” de diferentes sindicalistas —del trabajador sindicalizado al militante o al permanente en la empresa en la federación o confederación—, así como de los “aliados” potenciales (por ejemplo, la medicina del trabajo, los psicólogos del trabajo, los inspectores del trabajo, entre otros expertos). Este trabajo sindical tiene como

objetivo tanto la elaboración de reivindicaciones como la regulación y la negociación colectiva, ocupando diversas instancias institucionales de la empresa al sector, pasando por la región. Entre las tareas de este trabajo se cuentan las de carácter técnico e institucional (que aseguran el funcionamiento de la organización en el tiempo) y las tareas políticas o de elaboración de las orientaciones estratégicas (Lhuillier y Meynaud, 2014). Entonces, la modalidad de apropiación de la noción de *calidad* tiene lugar en el trabajo concreto de los sindicalistas.

Además, el trabajo sindical organiza a un grupo social y dispone acciones para disputar bienes materiales y/o simbólicos a quienes identifica como adversarios. El trabajo sindical consiste en imaginar y generar modalidades para disputar el poder: el trabajo del que hablamos es político. En este sentido, el trabajo sindical es también trabajo político, entendido como un proceso llevado a cabo por actores que construyen “problemas” e instrumentos de acción pública; en este proceso, el concepto de *trabajo político* se centra en la legitimación de los actores, sus objetivos, sus estrategias y sus relaciones sociales (Smith, 2019). Para comprender el trabajo político de los sindicalistas es necesario analizar la manera en que individuos y colectivos trabajan políticamente para cambiar o reproducir instituciones. ¿Cómo hace el sindicato para construir la *calidad* (o su ausencia) en tanto “problema” general? ¿Cómo deviene estrategia legítima para el conjunto de los actores, ya sean representantes de asalariados o de patrones? El trabajo sindical produce una estrategia colectiva.

Los espacios de negociación y debate tienen una influencia sobre la fabricación de estrategias colectivas. Cuando los sindicalistas se apropian de la categoría *calidad* no lo hacen ni en un espacio abstracto ni de modo exclusivo en función de principios ideológicos intemporales o naturales de la organización. Cercano al enfoque de James C. Scott (2009) sobre la resistencia de sectores subalternos, el trabajo de producción de estrategias tiene una temporalidad y un espacio específico, una ecología: las estrategias se producen en un ambiente social que las vuelve posibles, las favorece o, al contrario, las obstaculiza o las demora, las interrumpe, las canaliza o las diluye. Esta ecología da a los procesos de fabricación de estrategias una forma específica. Para producir estrategias sobre la calidad, los sindicalistas trabajan en una ecología específica, en ámbitos de intervención y negociación particulares, dotados de

temporalidades únicas, articulados a recursos provenientes de la socialización de los sindicalistas.

El trabajo sindical (que es político) reafirma que la política es el recurso de administración de los intercambios entre los actores sociales del sector. La máquina cosechadora es la figura que encarna la posibilidad de desestabilizar las reglas de juego. Vuelve pensable la sustitución de instituciones que nutren el “equilibrio de la champaña” por reglas de mercado. Esta amenaza sugiere una profunda desregulación del sector, con consecuencias que los delegados presumen como graves no sólo para los asalariados que representan, sino también para los pequeños productores y la economía de la región. La introducción de reglas de juego basadas en el mercado deja entrever la deslocalización de la fabricación de un vino que toma su nombre del terruño al que está asociado desde su creación. De modo sorprendente, la sombra de la mundialización, de sus deslocalizaciones con sus relocalizaciones, interfiere en las luchas por la defensa de una denominación de origen y del “equilibrio de la champaña”.

BIBLIOGRAFÍA

- Agricoliansky, Eric (2010). “Les usages protestataires du droit”. En *Penser les mouvements sociaux. Conflits sociaux et contestation dans les sociétés contemporaines*, dirigido por Olivier Filleule, Eric Agricoliansky e Isabelle Sommier, 225-243. París: La Découverte.
- Bérout, Sophie (2013). “Perspectives critiques sur la participation dans le monde du travail: éléments de repérages et de discussion”. *Participations* 1 (5): 5-32.
- Becker, Howard S. (2008). *Los mundos del arte. Sociología del trabajo artístico*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes.
- Bourdieu, Pierre (1979). *La distinction*. París: Les Éditions de Minuit.
- Diallo, Ibrahima (2022). “Entre travailleurs agricoles saisonniers subsahariens et leurs employeurs des relations marquées par le soupçon”. *Estudios Sociales Contemporáneos* 1 (27): 81-99.
- Dubuisson-Quellier, Sophie, y Pierre François (2011). “Institutions économiques et institutions marchandes. Nature, puissance et genèse”. En *Vie et mort des institutions marchandes*, dirigido por Pierre François, 11-38. París: Presses de Sciences Po.

- Giraud, Baptiste (2006). "Au-delà du déclin: difficultés, rationalisation et réinvention du recours à la grève dans les stratégies confédérales des syndicats". *Revue Française de Sciences Politiques* 56 (5): 943-968.
- Giraud, Baptiste (2009). "Des conflits du travail à la sociologie des mobilisations: apport d'un décloisonnement théorique et empirique". *Politix* 22 (86): 13-29.
- Giraud, Baptiste, y Rémy Ponge (2016). "Des négociations entravées". *La Nouvelle Revue du Travail* (8) [en línea]. Disponible en <<http://nrt.revues.org/2591>> (consulta: 11 de febrero de 2023).
- Haute, Tristan, y Karel Yon (2018). "Comprendre la construction sociale de la représentativité syndicale. Un éclairage à partir des branches professionnelles". *Travail et Emploi* (154): 101-124.
- Israël, Liora (2009). *L'arme du droit*. París: Presses de Sciences Po.
- Lallement, Michel (2018). *Sociologie des relations professionnelles*. París: La Découverte.
- Lhuillier, Dominique, y Hélène Yvonne Meynaud (2014). "Introduction. L'actualité du travail syndical". *Nouvelle Revue de Psychosociologie* 18 (2): 7-11.
- Sainsaulieu, Ivan (2017). *Conflits et résistances au travail*. París: Presses de Sciences Po.
- Scott, James C. (2009). *La domination et les arts de la résistance. Fragments du discours subalterne*. París: Éditions Amsterdam.
- Smith, Andy (2019). "Travail politique et changement institutionnel: une grille d'analyse". *Sociologie du Travail* 61 (1) [en línea]. Disponible en <<https://doi.org/10.4000/sdt.14661>> (consulta: 23 de octubre de 2023).
- Stanziani, Alessandro (2008). "La définition de la qualité des produits dans une économie de marché". *L'Économie Politique* 37 (1): 95-112.

[Notas]

- [1] La empresa tiene la obligación legal de comunicar el orden del día de la reunión con dos meses de anticipación.
- [2] La migración de países del este europeo y de la África subsahariana provee parte importante del efectivo. Cf. Diallo, 2022.
- [3] La cosechadora mecánica fue adoptada en prácticamente todas las regiones vitícolas francesas durante los años ochenta.
- [4] Según cifras de los principales organismos de certificación, Demeter y Syndicat International des Vignerons en Culture Bio-Dynamique (SIVCBD), responsables de la gestión de la marca Biodyvin, unos cuatrocientos establecimientos, representando más de siete mil hectáreas de viñas. Un crecimiento de 160% entre 2010 y 2017.
- [5] Se trata de la rama del grupo LVMH (Louis Vuitton Moët Hennessy) concentrada en la producción de vinos de la región de Champaña.
- [6] Es decir, que han reunido los criterios impuestos por el Estado que les otorgan capacidad para negociar y firmar acuerdos colectivos de trabajo con las organizaciones patronales.
- [7] Durante el trabajo de campo observé una presencia mayoritaria de asalariados sin diploma de nivel secundario; luego, los obreros de viña disponen de certificaciones; algunos obreros disponen de diplomas profesionales, sin ser mayoritarios. En la dirección del sindicato participa de manera activa un obrero con un máster relativo a cuestiones sociales obtenido en formación continua.
- [8] El sindicalismo de la CGT de la región delimitada de Cognac funciona bajo una estructura similar. Esta característica es tal vez producto de la presencia oligopólica de LVMH y de la existencia de una coordinación de la acción sindical de la CGT en el nivel del grupo.
- [9] No se trata de una intersindical en el sentido de organización que coordina sindicatos con etiquetas u orientaciones diferentes, sino de un órgano coordinador de la acción sindical de trabajadores de la champaña repartida en empresas y en la región de denominación de origen. En este sentido, la Intersindical es una federación a la escala de la región y de la actividad.
- [10] Los *négociants manipulateurs* son empresas en Champaña que compran en parte o en su totalidad las uvas con las que elaboran, embotellan y comercializan sus vinos, independientemente de que posean viñedos o no. Luego, los *coopérateurs manipulateurs* y los *recoltants* son productores primarios trabajando para cooperativas y/o productores primarios por cuenta propia. Estas tres categorías administrativas, en la realidad, se superponen parcialmente.

- [11] Estas marcas son Moët & Chandon, Veuve Clicquot, Mercier, Ruinart, Krug, Armand de Brignac y Dom Perignon.
- [12] El salario medio en Francia en 2022 es de dos mil 340 euros.
- [13] Aunque el fenómeno es marginal, la etnografía rinde cuenta de situaciones peculiares: las grandes empresas emplean como obreros a pequeños propietarios de viña. Así, cuentan con mano de obra y con el aprovisionamiento de uvas; además, en ciertas circunstancias, las grandes empresas venden al obrero y pequeño propietario servicios de mantenimiento (por ejemplo, poda y otros).
- [14] El 4 de julio 2015, los miembros del Comité del Patrimonio Mundial, reunido en Bonn, Alemania, dieron un voto favorable para la inscripción del viñedo, las grandes casas y las bodegas de Champaña en el patrimonio mundial de UNESCO, en la categoría de “paisaje cultural”.
- [15] En entrevista, un delegado sindical nos explicaba que “alguien que paga unos treinta euros ‘la lata’ para la fiesta de 15 de la hija no admite que cuando la descorche eso haga *pshhhhhiiii...* o que la etiqueta tenga un pliegue o que haya un depósito en el fondo de la botella, o cualquier otro defecto” (entrevista con un delegado de la Intersindical CGT Bodegas y Viñedos, en octubre de 2016; un hombre blanco, de 52 años, con diploma profesional de cocina, hijo de padre obrero y madre ama de casa). Un ejemplo observado en almuerzos con los delegados en los que cada sección sindical aporta el vino de su producción para el brindis muestra que todos los vinos no son iguales y por esto no permiten sostener un orgullo profesional similar. Los delegados intercambian abiertamente fórmulas de reconocimiento profesional, pero también de condena. Lo expresan a través de un vocabulario respetuoso o degradante. Por ejemplo: “Ustedes hacen bien las cosas”, o refiriéndose a la botella con la expresión “lata” rebajan el vino al valor de las bebidas gaseosas enlatadas. Lo que es importante es que en uno y otro caso el respeto profesional pesa en cierta medida sobre el trabajo como delegado.
- [16] Se trata, precisamente, de reuniones de la Intersindical. Dos veces al mes, se reúnen todos los sindicatos adherentes a la CGT de las bodegas y los viñedos organizados en las localidades de Aÿ, Epernay, Reims y los delegados del sindicato de obreros de viña.
- [17] No ignoro que en esa situación son otras restricciones las que operan. No las analizaré aquí, para concentrarnos sobre lo que el “entre pares” de las reuniones sindicales hace emerger.
- [18] Habilitada por las directivas de la Comisión Europea sobre la libre plantación y favorecida por el cambio climático, según la comunicación de la empresa y de la prensa, la bodega Taittinger compró unas setenta hectáreas de tierra en Kent, al sureste de Inglaterra, donde plantó las cepas típicas de Champaña para elaborar *sparkling* o vino efervescente de “alta calidad”.

Sobre las autoras y autores

[\[Regresar al contenido \]](#)

María Brignardello es licenciada en sociología por la Universidad Nacional de Cuyo, magíster en estudios sociales agrarios por Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales Argentina y doctoranda en ciencias sociales en la Universidad de Buenos Aires. Es docente de sociología rural y de intervención social en comunidades en la Universidad del Salvador, docente de introducción a la sociología en la Universidad Nacional Arturo Jauretche. Participa en diversas redes de investigaciones nacionales e internacionales. Ha escrito diversos artículos en revistas científicas y capítulos en libros.

José Raúl Novello es licenciado en economía por la Universidad Nacional de Cuyo y magíster en estudios sociales agrarios por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales Argentina. Investigador en el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria, en el área de economía agrícola. Su actividad profesional está centrada en el análisis del cambio tecnológico y los estudios sectoriales de competitividad, que incluyen análisis de costos e inversiones en cultivos regionales y estudios de mercado de sus productos. Es docente en la Universidad Nacional de Cuyo. Sus investigaciones abordan temas de innovación y sostenibilidad territorial del sistema agroalimentario de Mendoza y San Juan, evaluación económica de medidas de mitigación y adaptación al cambio climático.

Roberto Daniel Pizzolato es ingeniero agrónomo por la Universidad Nacional de Cuyo y magíster en extensión agropecuaria por la Universidad Nacional del Litoral; ha cursado completo el doctorado en estudios sociales agrarios en el Centro de Estudios Avanzados de la Universidad Nacional de Córdoba. Director de la Estación Experimental Agropecuaria La Consulta, del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) del 2015 a la actualidad. Experiencia en desarrollo rural y estudios sociales agrarios, donde ha participado, dirigido y gestionado proyectos de investigación y extensión. Entre las temáticas que aborda se encuentran la agricultura familiar, el arraigo de las familias rurales, el ordenamiento territorial y ambiental, los circuitos cortos de comercialización,

la innovación y el desarrollo de tecnologías en el sector agropecuario, los mercados de trabajo agropecuarios, entre otras temáticas.

Germán Quaranta es licenciado en sociología, magíster en estudios sociales agrarios por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales Argentina y doctor por la Universidad de Córdoba, Andalucía, España. Investigador independiente del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas y profesor titular de la Universidad Nacional Arturo Jauretche. Los temas de investigación desarrollados en su trayectoria académica son el cambio y la reestructuración agraria, los mercados de trabajo y el empleo agrícola. Asimismo, está interesado en el estudio de los fenómenos de cambio rural, las estrategias de reproducción social y las migraciones laborales y temporarias de la población rural.

María Noelia Salatino es licenciada en sociología, doctoranda en ciencias sociales por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional de Cuyo. Labora en la Estación Experimental Agropecuaria La Consulta, del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA). Su línea de investigación se centra en la problemática del trabajo en la agricultura y los mercados de trabajo. Participa de actividades de investigación y extensión vinculados a la agricultura familiar, el arraigo de las familias rurales y las condiciones de vida. Con eje en la juventud rural, las problemáticas de género, el trabajo decente y actividades de niños, niñas y adolescentes en la agricultura.

Martha Judith Sánchez Gómez es investigadora titular en el Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México. Especialista en temas de migración, movilidades, cambios en las sociedades rurales, etnicidad y género. Desde hace varios años ha realizado investigaciones en zonas vitivinícolas en Estados Unidos, España, Argentina y recientemente en México. En esas zonas ha explorado diferentes temas: cambios en los territorios rurales a partir de la vitivinicultura, migración y movilidades de los trabajadores y asentamiento de los migrantes a partir de los cambios experimentados en las zonas vitivinícolas.

Fernanda Sánchez Vives es licenciada en sociología y doctoranda en ciencias sociales por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional de Cuyo. Becaria doctoral en el Consejo Nacional de Investigaciones

Científicas y Técnicas. Labora en la Estación Experimental Agropecuaria La Consulta, del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA). Su línea de investigación se centra en la problemática del trabajo en la agricultura y los mercados de trabajo, específicamente vinculados a la incorporación de tecnologías a la vitivinicultura y su impacto en el mercado de trabajo agrícola. Ha realizado investigaciones sobre movimientos sociales y defensa del ambiente y el agua; ordenamiento territorial; trabajo decente y actividades de niños, niñas y adolescentes en la agricultura; agricultura familiar y cadenas cortas de comercialización, entre otras. También participa en proyectos de investigación sobre precarización laboral en Mendoza y mercados de trabajo en el Valle de Uco (Mendoza).

Hugo Santos. Universidad de California en Santa Bárbara. Es doctor en antropología por la Universidad de California, Santa Bárbara. Sus áreas de investigación incluyen sociedades rurales en contextos agroindustriales, la formación de nuevas comunidades agrarias y la configuración de espacios de agencia que generan las interacciones entre asalariados agrícolas y agroindustrias.

Ariel Sevilla es investigador y docente titular en el laboratorio Centre d'Études et de Recherches sur les Emplois et les Professionnalisations (CEREP) de la universidad de Reims Champagne Ardenne. Especialista en sociología del trabajo y del empleo, sus investigaciones están dirigidas al estudio de las relaciones profesionales y las relaciones entre las distintas entidades representativas del sector vitivinícola en la región de Champaña en perspectiva comparativa en el plano internacional.

Patricia Tomic es doctora en sociología de la educación por la Universidad de Toronto. Profesora asociada emérita de sociología en la Universidad de British Columbia Okanagan, Canadá. Sus áreas de enseñanza, investigación y publicaciones incluyen teoría sociológica, racismo, inmigración, feminismo, gastronomía y neoliberalismo.

Ricardo Trumper es doctor en pensamiento político y social por la Universidad de York, Canadá. Profesor asociado emérito de sociología en la Universidad de British Columbia Okanagan, Canadá. Miembro de la diáspora chilena luego del golpe civil militar de 1973, su investigación, docencia y

publicaciones se centran en temas relacionados con racismo y neoliberalismo, enfocándose principalmente en América Latina y Canadá.

