

# Los empresarios de la vitivinicultura argentina (1905-1940)

MARÍA SILVIA OSPITAL\*

## INTRODUCCIÓN

LA CATEGORÍA ANALÍTICA DE ÉLITE ha sido estudiada por numerosos especialistas de los campos de la política y la sociología.<sup>1</sup> Los historiadores han encontrado en estas elaboraciones teóricas unas herramientas imprescindibles para trabajar en análisis sociales y políticos del pasado, perfeccionando sus enfoques y dotándolos de mayor precisión. Al mismo tiempo, el concepto resulta más amplio que la noción de clase y define a la minoría dirigente constituida por todos aquéllos que tienen poder político o económico en una sociedad determinada. Esa fracción minoritaria, conformada por individuos y familias, que conjugan influencia política, poder económico y prestigio social, mantiene su cohesión interna a través de estrategias matrimoniales y de un conjunto de lazos asociativos y económicos.

Este último punto es el elegido en este estudio referido al proceso de consolidación empresarial de una élite regional, estrechamente vinculada a la agroindustria vitivinícola. La burguesía dirigente de las provincias cuyanas de Argentina, especialmente Mendoza, logró su inclusión económica y política en el modelo de país estructurado hacia fines del siglo XIX, reconvirtiendo su producción agroganadera y transformándose en cultivadora de viñas y elaboradora de vino para el mercado interno. Este proceso de modificación y construcción de una región, a partir de una realidad geográfica dada, ilustra sobre uno de los enfoques desde los

\* Dirigir correspondencia a Paraguay 4125, 1º B, Buenos Aires, Argentina, e-mail: sospital@vianetworks.net.ar.

<sup>1</sup> Sobre teoría de las elites, véase MOSCA, 2002; MEISEL, 1975; AGULLA, 1987.

cuales es posible trabajar la cuestión de los sectores dirigentes y el papel que desempeñan en la conformación de las unidades regionales y en la consolidación de las naciones latinoamericanas.

En Argentina, mientras las zonas pampeanas —productoras de carnes y cereales para la exportación— se modernizaban rápidamente, concentrando capitales y población, otras regiones del país debieron organizarse desarrollando industrias complementarias, monopductoras y dirigidas a satisfacer demandas del consumo interno. Así lo comprendieron los sectores dirigentes cuyanos y, siguiendo un camino semejante al recorrido por los productores azucareros del norte argentino, rápidamente asimilaron esta lógica económica. A partir de las últimas décadas del siglo XIX desplegaron una serie de estrategias políticas y empresariales a fin de integrarse —e integrar a su región— en el sistema nacional.<sup>2</sup>

En primer lugar, el grupo de los grandes bodegueros —la fracción más poderosa en recursos económicos y posibilidades de gestión— estableció fuertes vínculos con la dirigencia de la región metropolitana, lazos que fueron anudados tempranamente. En el campo político, la alta burguesía regional demostró esa colaboración proveyendo al gobierno nacional de representantes parlamentarios partidarios del proyecto de país propiciado desde Buenos Aires y otorgando su aprobación al entramado legislativo que conformó el modelo agroexportador.<sup>3</sup> Desde el Estado nacional la respuesta consistió en la inclusión de la región cuyana en el mapa de los trazados ferroviarios. Una compañía de capitales británicos obtuvo, por ley nacional, la concesión para construir una vía férrea que uniese Buenos Aires con Mendoza. La inauguración se realizó en 1885, con gran alborozo de los sectores vinculados a la naciente agroindustria, que así aseguraba la llegada de sus productos al centro consumidor.

Veinte años después, cuando el proceso de concentración y modernización empresarial mostraba signos de consolidación, grandes bodegueros y fuertes comerciantes mayoristas de vinos fundaron el Centro Vitivinícola Nacional —su principal entidad gremial— estable-

<sup>2</sup> Sobre las transformaciones operadas en la región cuyana y su pasaje de economía pastoril a agroindustrial, véase RICHARD-JORBA, 2000.

<sup>3</sup> BALAN y LÓPEZ, 1977.

ciendo la sede en la capital federal del país, la ciudad de Buenos Aires, cerca del más extenso mercado consumidor de sus productos, donde se tomaban las decisiones en materia de política económica y tenían sus cabeceras las compañías ferroviarias que unían las zonas de producción con la gran metrópoli.<sup>4</sup>

Este trabajo trata de analizar los modos en que este sector de la élite regional maniobró para articular y desarrollar esa economía de monoproducción, utilizando el éxito logrado en toda la región para asegurarse una posición de poder y prosperidad entre los sectores dominantes de la sociedad argentina de la primera mitad del siglo XX. El enfoque está puesto, especialmente, en las acciones vinculadas con la creación y funcionamiento del centro gremial de los vitivinicultores. Al instalarlo en la ciudad de Buenos Aires —capital del país y sede del gobierno federal— y no en el epicentro agroindustrial, esos bodegueros demostraron su vocación por convertirse en los voceros autorizados de ese empresariado ante los poderes públicos nacionales y en los agentes de negociación con los directivos de las compañías ferroviarias que transportaban el vino desde los centros productores a los mercados consumidores.

Estas estrategias desplegadas desde el centro económico y político del país, destinadas a asegurar la obtención de esas metas para los hombres de negocios allí reunidos, pueden estudiarse como un ejemplo de las acciones puestas en práctica por sectores dirigentes de base regional para asegurar la conformación y cohesión de las élites nacionales, proceso fundamental en la etapa de consolidación del Estado-nación —a fines del siglo XIX— y de importancia relevante en los años siguientes, cuando la tranquilidad política era un presupuesto básico del crecimiento económico del país. Permiten, también, esbozar algunas consideraciones sobre el papel desempeñado por instituciones empresarias en la definición y aplicaciones de políticas económicas.

<sup>4</sup> Sobre el "Gran Oeste Argentino", la primera línea férrea a la que luego se agregó el Ferrocarril de Buenos Aires al Pacífico, véase FLEMING, 1976.

## COMPOSICIÓN DE UNA ÉLITE REGIONAL

Las agroindustrias regionales en Argentina, de las cuales la vitivinicultura es un ejemplo clásico, ocuparon un espacio particular en el conjunto de actividades industriales del país. Orientadas al mercado interno, con intentos poco exitosos de proyectarse al exterior en circunstancias favorables, dependían de las condiciones climáticas en los lugares de producción y de las inversiones en tecnología. De modo semejante, influían en su desarrollo las tarifas de los ferrocarriles —el medio de transporte de la producción desde la zona de elaboración a los centros de consumo—, de los impuestos internos al vino y al azúcar, y de la política arancelaria de los gobiernos nacionales.

En tanto actividades económicas regionales, ubicadas fuera de la zona pampeana pero formando parte del proceso de modernización iniciado hacia 1880, atrajeron intereses extranjeros y mano de obra inmigrante en diversa proporción. La vitivinicultura recibió el mayor aporte poblacional, constituyéndose sus provincias productoras, sobre todo Mendoza, en la principal receptora de la corriente de inmigración ultramarina, después del litoral.<sup>5</sup> Esta presencia extranjera se reflejó también en los grupos de empresarios, otorgando a la élite regional uno de sus rasgos característicos. A las particulares condiciones de la actividad vitivinícola, que requería profundos conocimientos artesanales más que grandes inversiones en tecnología, se sumaron las actitudes asumidas por las clases dirigentes locales. Estos sectores criollos, propietarios originales de las tierras provinciales, aceptaron el rápido ascenso social y económico de algunos vinateros y bodegueros de origen inmigrante como parte de las estrategias para desarrollar la industria e insertarse exitosamente en el modelo agroexportador. De ese modo, italianos, españoles y, en menor medida, franceses se convirtieron en fuertes empresarios en un plazo relativamente corto, accediendo a la propiedad de la tierra e integrándose en los círculos sociales de prestigio y en las instituciones representativas de los empresarios del ramo.<sup>6</sup>

<sup>5</sup> El total de no nativos en Mendoza en 1914 era equivalente a casi 4% del total de extranjeros en el país y a 31.8% sobre el total de la población provincial. Estas proporciones sólo eran superadas en la capital federal y la provincia de Buenos Aires. RECCHINI DE LATTES y LATTES, 1969.

<sup>6</sup> En una enumeración muy incompleta de la bibliografía sobre el desarrollo de la vitivinicultura en Argentina podemos citar: GIRBAL-BLACHA, 1987; MARTIN, 1992; MARIANETTI, 1965; MATEU, 1994; y RICHARD-JORBA, 1998.

El Centro Vitivinícola Nacional, la entidad que aglutinó a estos empresarios desde 1905, contaba entre sus miembros a grandes productores y fuertes comerciantes de vinos, aliados estratégicos en el proyecto de integración a la dirigencia nacional. En sus comisiones directivas abundaron los extranjeros radicados en el país y los argentinos de primera generación, actores principales en el despegue de la economía regional. A diferencia de las instituciones gremiales de productores existentes en Mendoza y San Juan, orientadas especialmente a resolver los problemas de cultivo de viñas y elaboración de vinos, el Centro Vitivinícola representó los intereses comunes de las bodegas más grandes y de las firmas comerciales más importantes de los productos de la agroindustria. Desde su fundación en los primeros años del siglo XX la institución estableció su sede en Buenos Aires, aunque los viñedos y las bodegas se encontraban en la región cuyana, en los oasis del oeste del país, al pie de la cordillera de los Andes.

Diversos motivos aconsejaban esta localización. Por una parte, la particular conformación socioeconómica de Argentina, con una fuerte concentración poblacional en la región litoral, determinaba que el principal mercado consumidor se encontrara en la región pampeana, abarcando las provincias de Buenos Aires, Santa Fe, Entre Ríos y parte de Córdoba. La ciudad de Buenos Aires —la capital federal— sumaba a esta característica su condición de centro político y administrativo del país. En ella funcionaban las terminales de las compañías ferroviarias que la conectaban con las provincias productoras, así como sus oficinas directivas; y, en tanto asiento del gobierno nacional, del presidente y del parlamento, allí se tomaban las decisiones más importantes en materia de política económica. Si bien el sistema político argentino tiene una estructura federal, la autoridad nacional tuvo siempre un peso decisivo. El nombre elegido para la entidad demostraba la intención de sus fundadores de presentarse como agrupación supraregional. Fue Centro Vitivinícola Nacional hasta 1934, año en que disposiciones generales sobre restricciones al uso del último término para entidades privadas, obligaron a cambiarlo por Centro Vitivinícola Argentino.

La presencia de comerciantes fuertes entre los socios y directivos de la entidad tenía antecedentes en las etapas iniciales del crecimiento de la actividad agroindustrial. En efecto, una porción destacada de la élite

propietaria de viñas y bodegas debía el origen de sus fortunas a la actividad de importación de vinos europeos y su comercialización mayorista.<sup>7</sup> Grandes bodegueros y fuertes comerciantes del ramo tenían procedencias comunes, situación vinculada con el origen migratorio de la élite vitivinicultora,<sup>8</sup> rasgo ya destacado. Eran también de origen inmigrante los principales consumidores del producto en la región litoral de Argentina.

El análisis de la composición de las comisiones directivas del Centro Vitivinícola permite obtener más datos sobre la integración de la élite empresarial estudiada. Orígenes étnicos, mayor o menor participación de distintos sectores relacionados con la producción de vinos y su comercialización, así como la presencia de miembros destacados de la entidad en funciones públicas o en la dirección de otras asociaciones patronales, arrojan luz sobre el complejo entramado que originó y sostuvo la existencia de la dirigencia agroindustrial. En el caso que nos ocupa el elenco directivo mostró una continuidad sostenida durante la década de 1920, mientras nuevos nombres aparecieron luego de 1930. En la primera etapa se impuso la figura de Luis Tirasso, poderoso bodeguero mendocino de origen italiano, con una gran planta de fraccionamiento en Palermo, Buenos Aires. Luis Colombo, representante de Bodegas Tomba,<sup>9</sup> participó brevemente de la dirección del Centro, para iniciar luego su conocida trayectoria al frente de la Unión Industrial Argentina, principal entidad representativa de la actividad industrial. Los otros nombres que se alternaron en los cargos de vicepresidente, tesorero y vocales fueron: Benjamín Nazar Anchorena, bodeguero mendocino; Horacio Graffigna, el fuerte industrial sanjuanino; Alberto Siboldi, de la Sociedad Anónima Copello y Siboldi, dueña de Viñedos y Bodegas Santa Catalina, en San Juan y con planta fraccionadora en Buenos Aires, y Alejandro Bonfanti, propietario de Bodegas La Josefa en

<sup>7</sup> Los trabajos de Beatriz Bragoni sobre la familia Escorihuela, comerciantes y vitivinicultores, son definitivos en este sentido. Véase, por ejemplo, BRAGONI, 1999.

<sup>8</sup> Véase OSPITAL, 1995.

<sup>9</sup> La empresa de Domingo Tomba, italiano, surgió de alianzas familiares. Fue uno de los primeros establecimientos en su tipo que se convirtió en sociedad anónima. En 1911 se transformó en Sociedad Anónima Bodegas y Viñedos Domingo Tomba.

Cuyo y de un gran almacén en Buenos Aires. Con una presencia algo menor pueden citarse: los mendocinos Cremaschi y Orfila, bodegueros; E. Delucchi, comerciante destacado; Juan C. de Gregorio y Juan del Bono, éste último industrial sanjuanino. Los apellidos mencionados convierten en obvia la referencia al origen nacional de estos empresarios; eran italianos o descendientes de peninsulares en primera generación. Los españoles y sus descendientes estaban representados por la familia Arizú, navarros, y las firmas de M. Escorihuela, José López y José Orfila, con establecimientos en Mendoza.<sup>10</sup>

Los caminos recorridos por estos inmigrantes hasta su incorporación exitosa a la élite tienen trayectorias similares; llegados al país en los últimos años del siglo XIX, iniciaron sus carreras como contratistas de viñas<sup>11</sup> o empleados en un establecimiento ya instalado, generalmente de un paisano radicado previamente. En otros casos el proceso incluía la incorporación a una sociedad familiar, en respuesta al llamado de padres o hermanos. Este tipo de incorporaciones es similar a otros grupos migratorios ya estudiados, y aportan más información a los análisis vinculados con el tema de las redes sociales. En otros casos la actividad comercial de importación fue el antecedente de la producción industrial.<sup>12</sup>

La renovación periódica de las comisiones directivas no implicó cambios en el elenco dirigente. Tirasso, Graffigna y Siboldi, figuras presentes en la dirección institucional desde sus orígenes, continuaron formando parte de ella durante toda la década de 1930. Cabe destacar también el nombre de Ramón Vilardebó, comerciante, con vinculaciones en San Juan, que ocupó el cargo de secretario-gerente hasta su retiro a principios de 1940. La continuidad en la defensa de los intereses corporativos aparecía fortalecida por la regularidad de la conducción. Al mismo tiempo otros socios de la entidad ponían de manifiesto la estrecha relación existente entre la élite de esta burguesía industrial y el poder

<sup>10</sup> Las firmas citadas constituían el conjunto de bodegas líderes en el proceso de modernización agroindustrial que caracterizó a la región. Véase la bibliografía citada en las notas 6 y 7.

<sup>11</sup> Sobre el sistema de contratistas, ampliamente utilizado en la región vitivinícola argentina, véase SALVATORE, 1986 y RICHARD-JORBA, 2003.

<sup>12</sup> El tema ha sido tratado en OSPITAL, 1995.

político regional. En 1922, por ejemplo, el Centro saludaba y auguraba éxitos al vicegobernador de Mendoza, Bautista Gargantini, “destacado socio”, y en 1926 enviaba saludos y buenos deseos al nuevo gobernador de la provincia y “distinguido consocio”, Alejandro Orfila.

Al iniciarse la década de 1930 se produjeron cambios menores entre los miembros de las comisiones directivas. Sin embargo, no se advirtieron modificaciones en los lineamientos del funcionamiento del Centro. La representación de bodegueros cuyanos, con el agregado de fuertes comerciantes porteños, característica del gobierno institucional, se mantuvo sin alteraciones. Estaban en Mendoza las bodegas y viñedos de los dirigentes Francisco Passera, Juan B. Bellagamba y el establecimiento de A. Vicchi, y en San Juan la empresa de S. López Mansilla, mientras el comercio aparecía representado por la casa Cametti. Se mantenía la presencia de Vilardebó y Delucchi y poco después volvió a formar parte de la dirección un representante de los Graffigna.

En estos años, la crisis motivada por el *crack* de la Bolsa de Nueva York de 1929 y las nuevas condiciones del comercio internacional determinaron la necesidad, para el gobierno argentino, de introducir algunas modificaciones al modelo agroexportador. Las medidas políticas propias de un Estado intervencionista, aunque reconocían tibios antecedentes en años anteriores, fueron aplicadas ahora de manera amplia por los sectores neoconservadores instalados en el poder nacional. En el ámbito de la agroindustria vitivinícola se estableció una Junta Reguladora de Vinos, que se ocuparía de reglamentar y controlar, especialmente, el funcionamiento del mercado consumidor. Estos cambios introducidos en las políticas públicas referidas al sector, fueron procesados en el Centro por la misma, o parecida, representación de la élite empresarial regional.

En resumen, la vitivinicultura atrajo a no nativos desde sus inicios, mientras la burguesía local encontraba en la producción de vinos la llave para incorporarse al modelo agroexportador encabezado por la élite del litoral pampeano. Veinte años después de la llegada del ferrocarril a Mendoza, considerado punto de partida del proceso de concentración industrial y de la conexión entre la región productora y el centro consumidor, los empresarios extranjeros y nativos, sin distinciones de nacionalidad, se reunieron para fundar la entidad empresarial, el Centro



Vitivinícola Nacional. Desde allí y desde entonces, actuaron en bloque en defensa de sus intereses sectoriales ante los poderes públicos nacionales haciendo peticiones para morigerar presiones impositivas y para asegurarse las cuotas de participación en el mercado consumidor del litoral.

### EMPRESARIOS EN ACCIÓN

La fracción de la élite regional cuya composición hemos descrito demostró su vocación por convertir a la asociación gremial, desde su fundación, en una entidad de carácter verdaderamente nacional. Diversas medidas se pusieron en práctica para consolidar el Centro Vitivinícola Nacional, que vivió un proceso de expansión hacia el interior del gremio y hacia todas las zonas productoras. La creación de delegaciones en Rosario —ciudad del litoral argentino que constituía, por su composición poblacional inmigrante y su desarrollo económico pujante, un importante centro consumidor—, en los centros productores cuyanos —los de más alta productividad— y en lugares no tradicionales como Entre Ríos y Salta —donde el vino elaborado se destinaba al consumo local—, tenía como objetivo estrechar las conexiones intraregionales y reforzar las vinculaciones con el conjunto de los empresarios vitivinícolas. De ese modo, la institución buscaba erigirse como la única representación legítima de la agroindustria y en mediadora nacional de la vitivinicultura a la hora de relacionarse con los poderes públicos.<sup>13</sup>

También amplió paulatinamente sus servicios a los asociados, que desde mediados de la década de 1920 incluyeron a los productores de vinos y frutas del valle del Río Negro, en el norte de la Patagonia argentina. Para su comodidad, la corporación poseía una Oficina de Transportes y Ajustes Ferroviarios y un Consultorio Agrícola Industrial, en los que se informaba y tramitaba todo lo relativo al transporte de mercaderías y se orientaba a los industriales que deseaban modernizar sus empresas.

<sup>13</sup> Las actividades de esas comisiones locales, así como las visitas que delegados de la Comisión Directiva realizaban periódicamente, aparecen prolijamente documentadas en los números de la publicación del Centro Vitivinícola. Este mensuario se repartía a todos los socios de la entidad y a diversas oficinas públicas y centros de información.

La voluntad de acercamiento a las organizaciones empresarias representantes de los intereses cerealeros y vinculadas al sector externo estuvo siempre presente en las actitudes del Centro. La importancia estratégica que se le otorgó a esta cuestión se puso de manifiesto en 1923, cuando la entidad se incorporó como miembro pleno a la Confederación Argentina del Comercio, de la Industria y de la Producción (CACIP). Esta poderosa corporación había sido fundada poco antes por el conjunto de asociaciones estrechamente relacionadas con las actividades agropecuarias pampeanas: la Sociedad Rural Argentina, la Bolsa de Cereales de Buenos Aires, las Bolsas de Comercio de Bahía Blanca, Buenos Aires, Córdoba, Rosario y Santa Fe, la Cámara Gremial de Cereales, Centros Comerciales de Avellaneda y Concepción del Uruguay y Sociedades Rurales de Concordia y La Pampa. En diversas oportunidades el Centro de los bodegueros prestó las páginas de su revista a prominentes directivos de la corporación para que difundieran sus ideas sobre aspectos de política económica, en un intento por demostrar la comunidad de objetivos que existía entre los miembros de una élite nacional.<sup>14</sup>

Los esfuerzos destinados a cuidar, controlar e influir en el mercado consumidor de sus productos, dentro y fuera de las regiones elaboradoras, se manifestaron, especialmente, en la preocupación por regular una política impositiva para el sector. A pesar de los intentos de proyectarse al exterior como exportadores —iniciativas basadas más en aspiraciones que en posibilidades reales—, estos agroindustriales tuvieron siempre presente que la casi totalidad de los vinos producidos en el país se consumía en los mercados del litoral y del interior. Su producción, compuesta de vinos comunes y poco refinados, era consumida especialmente por los sectores trabajadores del litoral, de origen inmigrante en importante proporción. De allí la trascendencia otorgada a cualquier medida que influyera para aumentar el precio de los vinos comunes, como los impuestos internos a su consumo establecidos en diversas provincias no productoras.

Solo el Estado federal podía ejercer alguna acción en el sentido deseado por los bodegueros y reducir o eliminar estos aranceles. Ésa fue una de las

<sup>14</sup> Sobre la CACIP, véase OSPITAL, 1998 y MARCHESI, 1993.

razones por las que el Centro prefirió entenderse directamente con el gobierno nacional, mientras dejaba las relaciones con los gobiernos locales en manos de entidades provinciales. En febrero de 1926, por ejemplo, se quejaba ante el Ministerio de Agricultura de que el vino era “la industria nacional más gravada”,<sup>15</sup> y solicitaba la intervención de las autoridades centrales para combatir los impuestos establecidos por los gobiernos locales. Sus argumentaciones insistían en destacar que esas gabelas eran comparables a la existencia de aduanas interiores, expresamente prohibidas por la Constitución Nacional. Le preocupaba, sobre todo, el efecto de estos tributos en las provincias litorales, donde se encontraba el principal mercado consumidor. La estrategia de la entidad empresarial se centró en reclamar el dictado de legislación que establecía un solo impuesto al vino, instalado y percibido por el gobierno nacional a través de sus organismos y que viniera a reemplazar al conjunto de gravámenes provinciales. La propuesta fue sostenida por la asociación gremial desde 1923 y repetida en diversas oportunidades.

Al poder central o federal se dirigieron también las Comisiones Directivas para solicitar el dictado de nuevas leyes, para pedir rebajas impositivas, para protestar por medidas consideradas perjudiciales y para insistir en disposiciones favorecedoras del consumo de los productos de la viña. Las gestiones promovidas con estos objetivos mantuvieron una firme coherencia interna a lo largo del periodo estudiado. Los empresarios demostraron gran flexibilidad para adaptarse a los cambios políticos y a los vaivenes de la economía nacional, sin perder de vista sus motivaciones centrales. Si bien es posible señalar diferencias de énfasis en algunos pedidos, las líneas de continuidad pueden seguirse con precisión. Como ellos mismos lo manifestaban en ocasión de su aniversario número treinta, su prédica a favor de la industria había sido la más efectiva y la más firme.<sup>16</sup> Podría agregarse que también fue sumamente coherente.

<sup>15</sup> *Revista*, febrero de 1926, núm. 246.

<sup>16</sup> Estas afirmaciones están contenidas en la *Memoria* corporativa correspondiente a 1934 y en presentaciones del Centro Vitivinícola Nacional realizadas ante la Junta Reguladora de Vinos en 1935. *Agrícola*, julio de 1935.

Aspecto fundamental de la acción de la dirigencia empresarial fueron las recomendaciones sobre la importancia de desarrollar agresivas campañas de publicidad y la necesidad de extremar los controles para asegurar la buena calidad de los vinos librados al consumo. En varias oportunidades anteriores a 1930 el Centro había insistido en la necesidad de fomentar el consumo a través de la propaganda. Los primeros planes, semejantes a los desarrollados por la institución y la Junta Reguladora de Vinos en la etapa posterior a la crisis, datan de 1922. Las ideas básicas giraban en torno a las ventajas del consumo de vino como antídoto al alcoholismo y a las virtudes nutritivas del producto, respaldando estas afirmaciones con opiniones de prestigiosos médicos y sabios europeos. En 1929 se repitieron esas sugerencias, que destacaban las ventajas que la “propaganda al vino nacional” proporcionaría a la industria vitivinícola.<sup>17</sup>

El ferrocarril fue el nexo de comunicación exclusivo entre los centros de producción regional de vinos y los mercados de consumo de las provincias interiores y del litoral, con sus grandes concentraciones urbanas, más allá de la primera mitad del siglo XX. En las cabeceras de las líneas férreas en la ciudad de Buenos Aires —Pacífico y Retiro— se ubicaban los depósitos del producto mientras las grandes firmas instalaban sus plantas fraccionadoras en sus cercanías. Esto era especialmente válido en la zona de Palermo, donde se ubicaba la terminal del Ferrocarril de Buenos Aires al Pacífico, que monopolizaba prácticamente el transporte entre Mendoza y la metrópoli. Allí funcionaron los depósitos de la empresa Tinto Hnos., de la sociedad anónima Copello, Siboldi y Cía., de Domingo Bombal y Cía., de los representantes de Bodegas y Viñedos “La Rural”, de las Bodegas Furlotti —todas importantes bodegas mendocinas— y de la S. A. Bodegas y Viñedos Pulenta Hnos., de San Juan.

La necesidad estratégica de controlar ese transporte fue otra de las razones, ya citadas, que impulsaron a los empresarios a ubicar la sede de su entidad en la capital del país. Aunque miembros de una élite regional fuertemente concentrada en una monoproducción y en áreas específicas delimitadas por motivos geográficos, los empresarios del vino ejercían su actividad desde el centro económico y político del país.

<sup>17</sup> Sobre las campañas de propaganda, véase OSPITAL, 2004.

El grueso de las relaciones entre transportistas y la entidad empresarial estuvo constituido por las constantes demandas de la segunda para mantener las tarifas ferroviarias bajo control, impidiendo que su aumento incidiera negativamente en el precio final del producto. En menor medida, se gestionaron concesiones especiales para el traslado de materiales destinados a la construcción y modernización de bodegas, rebajas en el traslado de cascos vacíos en viajes de retorno y cuidados especiales para los vagones transportadores. Se insistió también en la necesidad de estimular el consumo de vinos nacionales en los comedores de los trenes. Como buenos comerciantes, los empresarios vitivinícolas cuidaban todos los detalles que contribuyeran a asegurar y acrecentar el consumo de su producción.

La crisis internacional de 1929 repercutió fuertemente en las naciones latinoamericanas. La contracción del comercio internacional y las medidas proteccionistas puestas en marcha por las naciones desarrolladas para paliar los peores efectos del conflicto, afectaron especialmente a los países tradicionalmente proveedores de materias primas agrícolas. Frente a la nueva situación, los gobiernos de estos países aplicaron diversos mecanismos de control, destinados a proteger sus economías, aumentar el consumo interno de productos locales y desarrollar una industrialización sustitutiva de las importaciones.

En este marco, las autoridades federales argentinas dictaron diversas disposiciones referidas al comercio de carnes y a la producción de granos, poniendo en práctica el intervencionismo económico. Para la vitivinicultura instauraron, en 1935, una Junta Reguladora de Vinos, luego de varios estudios destinados a encontrar soluciones para la nueva situación, que agravaba la crisis de superproducción que padecía la agroindustria desde años anteriores. Aunque fuertes defensores de las ventajas del mercado como equilibrador de los asuntos económicos, los empresarios no desdeñaban recurrir a la intervención del Estado en los casos problemáticos.

Antecedente de esta ley fue la resolución, de enero de 1931, dictada por el ministro de Agricultura del gobierno federal, que creó una Comisión Nacional asesora para la industria vitivinícola. La medida había sido solicitada por los sectores de la agroindustria que deseaban nuevas orientaciones para la política sobre la materia. El Estado nacional interventor y los dirigentes industriales, teniendo como vocero al Centro

Vitivinícola Nacional, parecían coincidir en el diagnóstico sobre la gravedad de la situación planteada y sobre las medidas imprescindibles que debían tomarse para encontrar soluciones. Al responder a un cuestionario del Ministerio, los empresarios indicaban, retomando anteriores demandas, los aspectos principales de la “cuestión vitivinícola” y los modos de solventar las dificultades.

En ningún momento la industria se organizó a objeto de intensificar el mayor consumo del vino por medio de una propaganda general científica; [...] La fuerte elevación de precios ha sido un factor importante que ha contribuido a aminorar su venta, induciendo al consumidor a reemplazarlo por otras bebidas; es indispensable que los industriales cuiden para lo sucesivo este punto. [...] Con respecto a la calidad [...] es necesario no descuidar en ningún momento este punto básico. Para ello se hace indispensable un control riguroso de la elaboración en los centros de producción, como también en los centros de consumo.<sup>18</sup>

La Comisión elaboró un dictamen sobre el estado de la agroindustria retomando los ejes planteados, pero no se impulsaron medidas concretas hasta 1935. Fue entonces cuando el Estado central dictó la ley 12 137, creando la Junta Reguladora de Vinos, y la ley 12 139, unificando los impuestos internos nacionales y provinciales al consumo, incluyendo el vino. La segunda disposición satisfacía un antiguo reclamo de los productores, mientras que la Junta sería la encargada de aplicar un “plan de regulación nacional” para la agroindustria. La entidad empresaria, ya con el nombre de Centro Vitivinícola Argentino, cuestionó parcialmente la nueva legislación pero apoyó con agrado la unificación impositiva. Su coincidencia con el gobierno fue mayor frente al dictado, en 1938, de la Ley General de Vinos, número 12 372, que creó la Dirección General de Vitivinicultura en el ámbito del Ministerio de Agricultura y la Comisión Nacional de la Industria Vitivinícola. El primer organismo tendría un carácter eminentemente técnico —su personal debería poseer títulos profesionales en la materia—, mientras la Comisión, formada por agentes de reparticiones estatales y miembros “representativos de la industria viti-

<sup>18</sup> *Agrícola*, mayo de 1931, núm. 309.

vinícola” de las provincias productoras, tendría el carácter de entidad asesora. A los ojos de los representantes de la élite agroindustrial agrupados en el Centro, éste era el lugar que les correspondía como verdaderos representantes de los intereses de la vitivinicultura.

Representación de los vitivinicultores de todas las regiones del país —aunque con peso fundamental de los bodegueros de Mendoza y San Juan—, preocupación por convertirse en interlocutores privilegiados y asesores de los gobiernos nacionales, activa comunicación con las compañías ferroviarias que transportaban el vino a granel y estrecha vigilancia de los circuitos de comercialización, fueron las estrategias desplegadas por los empresarios de la vitivinicultura agrupados en el Centro. Desde la entidad empresaria planearon y pusieron en práctica un conjunto de acciones que les permitieron articularse como parte integrante, con pleno derecho, de las clases dirigentes de Argentina, al lado de los representantes de la élite agroexportadora pampeana.

#### A MODO DE CONCLUSIÓN

El Centro Vitivinícola Nacional no fue la única institución creada y mantenida por una élite regional, de origen agroindustrial, destinada a fortalecer el peso de un grupo empresarial en el contexto de la economía argentina. Los dueños de ingenios azucareros, con establecimientos en el norte del país, también instauraron su centro y lo utilizaron como plataforma para dialogar con la poderosa élite terrateniente pampeana y los gobiernos nacionales. Lo que le otorgó rasgos característicos a la entidad estudiada fue la temprana y perseverante tarea que se impusieron los principales bodegueros de la región cuyana de nacionalizar sus necesidades y demandas, integrándolas en el conjunto de las cuestiones relevantes que conformaban la agenda económica del país. El crecimiento y consolidación de la vitivinicultura, la solución de sus crisis y el fácil y rápido acceso a los mercados consumidores de la producción regional —base sustancial del poder y existencia de la élite cuyana— fue planteado como un asunto de importancia federal, que atañía al conjunto de la república. La estrecha dependencia del mercado interno, ya destacada, que podría considerarse una desventaja en comparación con la prosperidad alcanzada por

las actividades agroganaderas orientadas al comercio exterior, fue hábilmente presentada en la forma de intereses de conjunto. El consumo de vino cuyano, elemento importante en la dieta de los habitantes del litoral y de la pampa argentinos —las zonas ganaderas y cerealeras por excelencia— no debía sufrir los gravámenes impositivos que algunos gobiernos provinciales mantenían; la intervención del gobierno nacional, único órgano capacitado para influir sobre estas decisiones locales, aparecía como inevitable para la consolidación de una economía equilibrada.

Para ello, estos importantes bodegueros, con el agregado de grandes firmas de comerciantes de vino, ubicaron la sede de su entidad en la capital federal del país, fuera de la región productora, donde se ubicaba el principal mercado consumidor, donde las líneas férreas que transportaban las mercaderías tenían sus cabeceras y desde donde era más fácil acceder a los despachos oficiales del gobierno nacional y dialogar con las entidades representativas de los intereses agroexportadores. El grupo de élite, concentrado en una entidad empresarial, eligió expresamente a Buenos Aires como sede de ésta, como una de las tácticas de fortalecimiento de sus lazos asociativos y de su consolidación empresarial.

Si bien funcionaron delegaciones locales del Centro en Mendoza y San Juan, a las que se agregaron, durante la década de 1920, subsedes en Rosario (provincia de Santa Fe), en San Nicolás (provincia de Buenos Aires), en la gobernación de Río Negro (región norte de la Patagonia argentina), y, esporádicamente, también en Concordia (provincia de Entre Ríos), las decisiones fundamentales se elaboraban y ponían en práctica desde la ciudad de Buenos Aires. La institución, principal vozera de industriales del ramo y fruticultores ante los empresarios de la región cerealera y ante el Estado federal, demostraba de ese modo su vocación de entidad suprarregional.

En tanto representantes de una agroindustria regional profundamente permeada por inmigrantes, estos empresarios tenían diferentes orígenes nacionales. Los dirigentes de la élite criolla aceptaron rápidamente la presencia entre sus filas de italianos, españoles y vascos, proveedores de los saberes artesanales que la elaboración de vinos exigía. Decididos a hacer prosperar la actividad como estrategia para insertarse en el modelo agroexportador promovido desde los centros pampeanos de poder, con



los que no podían competir ni como ganaderos ni como cerealeros, encontraron en la vitivinicultura la respuesta a sus problemas. Su producción, orientada al mercado interno, resultaba complementaria de las producciones litorales y no interfería con el importante comercio de exportación de carnes y cereales.

La atención prestada a los aspectos vinculados a la comercialización del vino estuvo, por lo tanto, entre las principales preocupaciones de los dirigentes institucionales. En ese sentido manifestaron una continua y coherente persistencia en sus objetivos, orientados a fortalecer y aumentar el consumo de sus productos. Aunque ansiosos de proyectarse como exportadores, tuvieron clara conciencia de que era el mercado interno el destinatario de su producción. Hacia él dirigieron sus esfuerzos, presionando a las compañías ferroviarias para obtener rebajas en las tarifas de transporte o evitar aumentos en ellas, e insistiendo ante el Estado nacional para que se dictaran leyes sobre el vino y para que se implantara un único impuesto al producto de la agroindustria, terminando así con los diferentes gravámenes establecidos por las provincias. Al mismo tiempo desarrollaron o promovieron importantes campañas de propaganda destinadas a imponer al vino como “artículo de primera necesidad”, convenciendo al público de “la bondad del vino argentino, su rol alimenticio, la necesidad de su uso habitual en las comidas, su inocuidad como posible generador del alcoholismo”.

El análisis de la actividad de este sector de una élite de empresarios nos permite afirmar que éstos lograron resultados exitosos en su campaña hasta convertirse en una agrupación conocida en todo el país. Entre sus socios era posible contar a representantes de las principales bodegas del país y caracterizados miembros de la asociación ocuparon cargos políticos de relieve en su región, así como puestos importantes en las entidades bancarias más relacionadas con la agroindustria. Mientras la vitivinicultura se convertía en la principal actividad económica de la zona cuyana, alcanzando carácter de monoproducción, los principales bodegueros consolidaban su prosperidad económica y su poder político en el ámbito regional. El gobierno federal, por su parte, los consideraba interlocutores privilegiados y solicitaba su asesoramiento a la hora de dictar leyes en materia de vinos, impuestos o regulaciones de la producción. Estas

actitudes se manifestaron, especialmente, a partir de la década de 1930, cuando el intervencionismo estatal se convirtió en un rasgo central de las políticas económicas argentinas.

En conclusión, la entidad gremial estudiada funcionó como efectivo centro de acción de los bodegueros y grandes comerciantes de vinos, extendiendo su influencia regional y su rol dirigente entre ese mundo empresarial hasta muy avanzado el siglo XX, aunque nombres, compañías y orientaciones variaran al compás de los cambios económicos del país.

## BIBLIOGRAFÍA

AGULLA, Juan Carlos

1987 *Teoría sociológica. Sistematización histórica*, Ediciones Depalma, Buenos Aires.

*Agrícola*

1931-1936 *Agrícola. Órgano del Centro Vitivinícola Nacional*, Buenos Aires.

BALAN, 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*, Buenos Aires, vol. 17, núm. 67, pp. 391-435.

BRAGONI, Beatriz

1999 "Meritorios españoles, ejemplares nobles...", en A. Fernández y J. Moya, *La inmigración española en la Argentina*, Biblos, Buenos Aires, pp. 115-140.

FLEMING, William

1976 *Regional Development and Transportation in Argentina: Mendoza and the Gran Oeste Argentino Railroad, 1885-1914*, Ph. D. Diss., Indiana University, Indiana.

GIRBAL-BLACHA, Noemí

1987 "Ajustes de una economía regional. Inserción de la vitivinicultura cuyana en la Argentina agroexportadora, 1885-1914", *Investigaciones y Ensayos*, núm. 35, pp. 409-442.

MARCHESE, Silvia

1993 "Empresarios en búsqueda de un espacio político", en W. Ansaldi et al. (eds.), *Argentina en la paz de dos guerras*, Biblos, Buenos Aires, pp. 107-133.

MARIANETTI, Benito

1965 *El racimo y su aventura*, s. Ed., Buenos Aires.

## LOS EMPRESARIOS DE LA VITIVINICULTURA ARGENTINA

- MARTIN, José  
1992 *Políticas estatales y conformación de una burguesía industrial regional*, EDIUNC, Mendoza.
- MATEU, Ana  
1994 “Bancos, créditos y desarrollo vitivinícola”, *Cuadernos de Historia Regional*, Universidad Nacional de Luján, núm. 17, pp. 24-43.
- MEISEL, James Henry  
1975 *El mito de la clase gobernante. Gaetano Mosca y la élite*, Amorrortu Editores, Buenos Aires.
- MOSCA, Gaetano  
2002 *La clase política*, FCE, México.
- OSPITAL, María Silvia  
1995 “Empresarios, dimensión étnica y agroindustrias. El caso del Centro Vitivinícola Nacional (1905-1930)”, *Ciclos*, 1º semestre, núm. 8, pp. 151-166.  
1998 “Organizaciones empresarias en la década de 1910 en Argentina: la Confederación Argentina del Comercio, de la Industria y de la Producción”, Octavo Congreso Nacional y Regional de Historia Argentina 1992, Buenos Aires.  
2004 “Los intereses comerciales de la vitivinicultura. Actuación del Centro Vitivinícola Nacional”, en G. Galafassi (comp.), *El campo diverso. Enfoques y perspectivas de la Argentina agraria del siglo XX*. Editorial UNQ, Buenos Aires.
- RECCHINI DE LATTES, Zulma y Alfredo LATTES  
1969 *Migraciones en la Argentina*, CICRED Series, Buenos Aires.  
*Revista*  
1910-1931 *Revista del Centro Vitivinícola Nacional*, Buenos Aires.
- RICHARD-JORBA, Rodolfo  
1998 *Poder, economía y espacio en Mendoza 1850-1900*, Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza.  
2000 “Modelos vitivinícolas en Mendoza (Argentina): desarrollo y transformaciones en un período secular”, *Historia económica e historia de empresas*, vol. III, núm. 1, pp. 111-148.  
2003 “El mercado de trabajo vitivinícola en la provincia de Mendoza y los nuevos actores”, *Revista Interdisciplinaria de Estudios Agrarios*, Buenos Aires, 1º semestre, núm. 18, pp. 5-37.
- SALVATORE, Ricardo  
1986 “Control del trabajo y discriminación: el sistema de contratistas en Mendoza, Argentina, 1880-1920”, *Desarrollo Económico*, vol. 26, núm. 102, pp. 229-253.