



Universum. Revista de Humanidades y
Ciencias Sociales

ISSN: 0716-498X

universu@utalca.cl

Universidad de Talca
Chile

Lacoste, Pablo

DEL TRATADO DE COMERCIO ENTRE ARGENTINA Y CHILE A LA FIESTA NACIONAL DE LA
VENDIMIA: POLÍTICA, VINO Y CULTURA POPULAR

Universum. Revista de Humanidades y Ciencias Sociales, vol. 2, núm. 21, 2006, pp. 184-200

Universidad de Talca
Talca, Chile

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=65027762012>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

RESUMEN

La Fiesta Nacional de la Vendimia de la Argentina es una de las más relevantes fiestas populares del mundo. Durante las tres semanas de festejos 600.000 personas asisten a las manifestaciones artísticas y culturales. Éstas se conocen además a través de los medios masivos de comunicación internacionales. Menos visible son los mecanismos de poder político y económico, que se articulan a través de esta fiesta. Sobre todo la alianza de la burguesía vitivinícola, el estado local y la movilización popular en las calles en torno a la celebración del vino. La movilización popular contribuye a legitimar los reclamos de los bodegueros al estado federal, para que sus intereses sean considerados en las políticas públicas nacionales. Esta red nació en 1909 durante las negociaciones de un Tratado de Comercio entre Argentina y Chile.

Palabras claves:

Fiesta de la vendimia – Burguesía – Vitivinicultura - Fiestas populares –
Tratado de Libre Comercio

ABSTRACT

The vintage national party in Argentina is one of the most significant popular parties in the world. During three weeks of celebration, 600.000 people mobilize to see the artistic and cultural manifestations. These activities are well known because of the international mass media. Less visible is the socioeconomic net behind the party. This net was built by three actors: the local state, the wine industry entrepreneurship, and the people mobilized in the street around the wine party. The popular mobilization contributed to legitimate the wine bourgeoisie claims behind the federal state to be considered in national politics. This net was born in 1909, during the dealing of a Free Trade Agreement between Argentina and Chile.

Key words:

Vintage – Bourgeoisie - Wine industry – Popular party – Free Trade
Agreement

DEL TRATADO DE COMERCIO ENTRE ARGENTINA Y CHILE A LA FIESTA NACIONAL DE LA VENDIMIA: POLÍTICA, VINO Y CULTURA POPULAR

Pablo Lacoste (*)

Si bien la vendimia ha generado celebraciones en casi todos los pueblos vitivinícolas, en Mendoza ha alcanzado una magnitud e impacto notable. Porque igual que ocurre en otros países, en las pequeñas zonas vitivinícolas se celebran fiestas locales, pero luego estas se estructuran, como en círculos concéntricos, en fiestas regionales y finalmente, convergen en la gran fiesta nacional que llega a movilizar medio millón de personas. Se trata de una fiesta con fuerte significado cultural, social, económico y hasta político. Estos elementos construyeron una densa trama de intereses que actuó en el sentido de reforzar los aspectos organizativos y la importancia de la fiesta. Sobre todo porque, al involucrarse los distintos actores socioeconómicos y políticos, la fiesta penetró el tejido social.

Este artículo pretende describir y explicar cómo, a través de la Fiesta Nacional de la Vendimia, la burguesía vitivinícola fortalece su base de legitimidad y se incorpora, aunque sea transitoriamente, al bloque de poder nacional. Ello le permite incluir en las instancias de diseño de proyectos y toma de decisiones en las políticas públicas, en lo que concierne a los intereses de la actividad. Este proceso tuvo como punto de partida la movilización convocada por la burguesía vitivinícola para ex-

(*) Doctor en Historia, Universidad de Buenos Aires. Doctor en Estudios Americanos, Universidad de Santiago de Chile. Profesor Asociado de la Universidad de Talca, Chile.

Artículo recibido el 29 de diciembre de 2005. Aceptado por el Comité Editorial el 24 de marzo de 2006.

Correo electrónico: placoste@utalca.cl

hortar al Estado Nacional que deje sin efecto la propuesta de Tratado de Libre Comercio con Chile, por el cual, se pretendía suprimir los aranceles aduaneros y promover el intercambio comercial bilateral, sobre todo para la exportación de ganado argentino hacia Chile y vino chileno hacia Argentina. Los viticultores argentinos, alarmados ante una eventual competencia, se opusieron a las negociaciones diplomáticas para lo cual apelaron a la movilización masiva. Este proceso se entroncó con una tradición más antigua de participación de la burguesía vitivinícola regional en movilizaciones y manifestaciones culturales.

LAS FIESTAS POPULARES EN LA REGIÓN: ANTECEDENTES

La tradición de las fiestas y movilizaciones populares en Cuyo se remonta a la época colonial, cuando las autoridades políticas y eclesiásticas impulsaban celebraciones como el Estandarte Real, el cumpleaños del rey, la lectura de los Edictos de la Santa Inquisición y las procesiones religiosas. Las ceremonias se organizaban con todo cuidado para alcanzar el mayor nivel posible de pompa y solemnidad. Las autoridades convocaban al pueblo a la plaza y, con frecuencia, se formulaban advertencias y castigos para los que no participaban. Era prácticamente obligatoria la asistencia a estos eventos. A través de estos mecanismos se lograba promover una sociabilidad controlada desde arriba, se fortalecía la autoridad de la Corona y la fe religiosa, a la vez que se entregaba también cierto espacio de esparcimiento y distracción.

Los pequeños y medianos empresarios no estaban exentos de responsabilidad en la organización de estas fiestas. Los pulperos debían aportar con sus adornos, lo mismo que los gremios de arrieros y troperos de carretas. Ellos engalanaban la ciudad, a la vez que otros tenían la oportunidad de lucirse ante sus pares con la entrega de donaciones mayores para enriquecer los vestidos y adornos de las imágenes religiosas. En este terreno, los viticultores cuyanos tuvieron tempranamente un papel destacado. En San Juan, los Del Carril, destacada familia de viticultores, hizo traer vestiduras elegantes y costosas desde Italia para engalanar las imágenes religiosas; en Mendoza, don Miguel de Arizmendi realizaba grandes inversiones en imágenes y procesiones, sobre todo en homenaje a la Virgen del Rosario. Estos aportes no eran anónimos ni estaban restringidos a la piedad personal del empresario. La corona de oro que don Miguel obsequió a la Virgen tenía una significativa inscripción: "Miguel de Arizmendi – 1737". En otras palabras, la emergente burguesía vitivinícola local trató de imitar a los funcionarios de la Corona y las autoridades eclesiásticas, en el sentido de invertir dinero y energía en estas fiestas como mecanismo de fortalecer su prestigio y ascendente social.

La burguesía vitivinícola tuvo una precoz sensibilidad para manejar las relaciones con el poder político. Sobre todo porque las normas impositivas causaban fuerte impacto en la actividad y podían poner en peligro la rentabilidad de toda la industria. De allí la necesidad de los viticultores de tener mejores condiciones para negociar con las autoridades. El caso de Arizmendi es paradigmático, dado que era la

figura a la cual los cabildos de Mendoza y San Juan elegían para representarlos ante las autoridades de Buenos Aires y Lima para resolver este tipo de problemas. La representatividad socioeconómica de Arizmendi le abrió las puertas para obtener resoluciones de los virreyes, en beneficio de la industria del vino.

El tránsito de la sociedad tradicional a la sociedad moderna, en la segunda mitad del siglo XIX estuvo acompañado por profundos cambios. Desde el punto de vista social, más migraciones masivas aportaron un notable flujo de españoles e italianos a Mendoza; estos llegaron a constituir el 31% de la población provincial en 1914; con ellos llegaron nuevas tradiciones culturales en las cuales las fiestas y celebraciones ocupaban un lugar destacado.

La llegada de los inmigrantes europeos enriqueció la participación ciudadana en la Argentina, tanto en la actividad política como en el campo social y gremial. Ello implicaba también prácticas tendientes a movilizar a los actores involucrados en actividades económicas específicas, cuando sus intereses se veían amenazados. Las movilizaciones de los viticultores de la Champagne, en Francia (1908), son buenos ejemplos: al sentir que su industria se hallaba en peligro debido a prácticas desleales, se organizaron entidades gremiales, asambleas de 1.500 personas, marchas de protesta y publicaciones en demanda de medidas del gobierno para atender sus intereses sectoriales, con éxito.¹ Este estilo sería imitado por los inmigrantes europeos radicados en la Argentina y dedicados a la viticultura

La sociedad mendocina atravesó el umbral del siglo XX con una renovada combinación de continuidad y cambio: junto con la tradición de las procesiones y fiestas populares coloniales, emergían los nuevos actores sociales, económicos y políticos, con sus nuevas demandas y estilos. En este contexto se hizo visible una trama socioeconómica y política, con los actos organizados por el gremio empresario de los viticultores en 1909, apoyados por el Estado, en los cuales estuvo presente la movilización popular y las manifestaciones artísticas. Estos fueron los jalones del camino que se fue construyendo para preparar el clima que luego desembocó, a mediados de la década de 1930, en la Fiesta Nacional de la Vendimia, en cuya realización tendrían plena vigencia los soportes institucionales y las tramas socioeconómicas y políticas que le darían fortaleza y consistencia más allá de lo artístico.

LA FIESTA DE LA VENDIMIA: UNA DESCRIPCIÓN

Tras 70 años de historia, la Fiesta Nacional de la Vendimia se ha convertido en una de las cinco fiestas populares más relevantes del mundo en su tipo. Cada año,

¹ Como resultado de la movilización de los viticultores *champenois*, el gobierno de Francia tomó parte en el conflicto y estableció la delimitación de la Denominación de Origen. Los viticultores argentinos conocían estos antecedentes; la prueba es que publicaron la noticia en su propia revista: "el Consejo de Estado terminó hoy la demarcación de la zona donde se produce el vino champagne y ha ordenado al mismo tiempo que los vinos espumantes cosechados fuera de esa zona lleven otro nombre". "Informaciones extranjeras. Francia. En la Champagne vitícola", *Boletín del Centro Vitivinícola Nacional*, n° 40, (Buenos Aires, enero de 1909), pp. 1029-1031.

en los distritos de cada uno de los 18 departamentos de la provincia se realizan las fiestas locales. Allí se eligen las reinas que van a competir por el cetro departamental. Son unas diez fiestas por departamento, aproximadamente. Luego, cada uno de estos realiza una fiesta municipal en la cual participan de centenares a miles de personas, según el lugar. En total, esta primera ronda de celebraciones de pueblos reúne a más de 15.000 personas. Hasta que en marzo, se realiza la fiesta nacional, con participación de representantes de cada localidad de la provincia de Mendoza.

Los festejos vendimiales tienen la cadencia de un ritual religioso, que se repite cada año como una tradición. El primer viernes de marzo se realiza la Vía Blanca de las Reinas: cada departamento presenta un carruaje en el cual se desplaza la reina municipal rodeada de sus princesas. Recorren las calles céntricas de la ciudad de Mendoza ante la presencia de 200.000 espectadores. La concurrencia es todavía mayor al medio día siguiente durante el carrusel: nuevamente circulan los carros con sus reinas por la ciudad. Posteriormente se realiza el Almuerzo de las Fuerzas Vivas, organizado por la burguesía vitivinícola nacional, al cual asisten periodistas, legisladores, ministros y representantes del Poder Ejecutivo Nacional. El acto central se realiza el sábado por la noche en el Anfiteatro Griego Frank Romero Day. Este tiene capacidad para 25.000 espectadores. A ello se suma una cantidad equivalente en las laderas de los cerros que hacen como una prolongación natural de las galerías y tribunas. Allí se exhibe un complejo espectáculo, donde interactúa la música con la danza, la literatura y artes escénicas. Participan 600 actores y bailarines que utilizan más de 4.000 trajes, para culminar con fuegos artificiales.² Al día siguiente se realiza la repetición del Acto Central, y también asisten 50.000 personas.³ Estos actos se complementan con otros eventos que alcanzan notables convocatorias.⁴

La Fiesta de la Vendimia ha alcanzado alto interés de público. El evento convocó 80.000 turistas en su edición 2006, que dejaron en la provincia de Mendoza \$22.000.000 de dólares. Pero la participación mayor corresponde al pueblo de Mendoza pues, la sumatoria de las distintas actividades indica la participación de más de medio millón de personas. Paralelamente, la celebración es difundida a través de los medios masivos de comunicación. En la edición de 2005, se acreditaron 350 periodistas para realizar la cobertura de los principales actos de la fiesta, incluyendo comunicadores de Holanda, Italia, Rusia, Francia, España, Canadá, Corea,

² *Los Andes*, 2 de marzo de 2005.

³ Ante la magnitud de la convocatoria, el gobierno de Mendoza dispuso que, a partir de 2007, se realizará una tercera noche de Acto Central.

⁴ Junto con los actos centrales se realizan otras actividades conexas. Una de ellas es la Vendimia Federal, actividad que se realiza entre la Plaza y el Teatro Independencia. Allí se presenta la cultura de los departamentos del interior de la provincia, con sus comidas típicas, sus artesanías y espectáculos artísticos. Algunos actúan en el Teatro Independencia, otros lo hacen en el teatro al aire libre, en el corazón de la plaza; esta actividad se extiende a lo largo de una semana y convoca entre 50.000 y 90.000 personas. Por su parte, la colectividad italiana organiza, en la Plaza Italia, los tres días de la *Festa in Piazza*, en la cual se ofrecen comidas típicas italianas. A ello se agrega, desde la década de 1990, la celebración y elección de la Reina de la Vendimia Gay, evento que ha alcanzado alta repercusión internacional.

China, EEUU, México, República Dominicana. La celebración fue transmitida, entre otros, por la señal internacional de *Discovery Channel* y por la *Televisión Central* de la República Popular China. Entre los medios nacionales, estuvieron representados cinco canales de TV, numerosas radios, diarios y revistas.⁵ Al año siguiente, la cifra de periodistas acreditados subió de 350 a 700.⁶

El elemento religioso ocupa un lugar relevante dentro de la Fiesta de la Vendimia. Ello se nota en la ceremonia de la Bendición de los Frutos y en la presencia de la Virgen de la Carrodilla. Esta imagen es trasladada, en una procesión ritual, desde la capilla homónima hacia el centro de Mendoza. En esta trayectoria, el ícono es escoltado por asociaciones culturales vinculadas a la tradición y la herencia gauchesca. En el centro de la ciudad, la imagen recibe homenajes, canciones y oraciones; luego reaparece en el Acto Central: de acuerdo a las normas oficiales, el guión vendimial tiene que, obligatoriamente, incluir una procesión de la Virgen de la Carrodilla durante el espectáculo artístico. A través de esta procesión religiosa, la Fiesta de la Vendimia se entronca directamente con las celebraciones populares de Mendoza colonial. Esto es un reflejo de la densa trama cultural de esta fiesta.

Junto con lo cultural, la Vendimia se apoya también en una fuerte trama socioeconómica y política. El gobierno nacional estuvo presente en este acontecimiento. En las primeras ediciones, el Poder Ejecutivo envió a un ministro. En 1936 asistió el ministro Agricultura, Miguel Angel Cárcano; en 1937 fue el turno del ministro del Interior, Ramón S. Castillo; un año después asistió el ministro de Agricultura, José Padilla. Pero a medida que la fiesta se consolidó, las autoridades consideraron que el evento ameritaba la asistencia directa del Presidente de la Nación. Varios titulares del Poder Ejecutivo viajaron a Mendoza para presidir las celebraciones vendimiales, como por ejemplo Ramón Castillo (1942), Juan Perón (1947), Arturo Frondizi (1962), Juan Carlos Onganía (1970), Levinsgton (1971), Alejandro Agustín Lanusse (1972), Jorge Rafael Videla (1978), Raúl Alfonsín (1984), Carlos Saúl Menem (1992 y 1995) y Néstor Kirchner (2005). No se trata de una presencia meramente protocolar ni pasiva. La Fiesta incluye un espacio particularmente preparado para el diálogo directo de las autoridades nacionales con los representantes de la burguesía vitivinícola. Para ello se organiza, anualmente, el tradicional “Almuerzo de las Fuerzas Vivas”, en el cual se realizan balances, se presentan propuestas y se procura influir en las políticas públicas en función de los intereses específicos de la industria del vino.

La resultante de estas fuerzas es un doble juego. Por un lado, la Fiesta se apoya en una trama socioeconómica que le asegura un respaldo desde los sectores del poder por los intereses en juego. Y, recíprocamente, la burguesía vitivinícola se apoya

⁵ *Los Andes*, 4 de marzo de 2005.

⁶ Para tener una idea de lo que ello significa dentro de los grandes espectáculos públicos de la Argentina y la región vale la pena señalar que esta es la misma cantidad de periodistas que asisten a Buenos Aires a realizar la cobertura de los partidos entre Boca Juniors y River Plate, clásico considerado entre los más atrayentes del fútbol internacional.

en la Fiesta para incrementar su liderazgo social y político, lo cual le permite insertarse en el bloque de poder nacional. Esta contradicción vital entre movilización festiva popular e intereses económicos se hace más evidente en la medida que se observan los primeros pasos que dio la burguesía vitivinícola regional en el proceso de movilizar al pueblo con vistas a legitimar su posición relativa dentro de la constelación política nacional, debido a una crisis coyuntural. Ese fue el significado de los sucesos de 1909.

Las movilizaciones de 1909 como bisagra articuladora

Entre las antiguas tradiciones culturales de origen colonial, y la moderna Fiesta Nacional de la Vendimia, hubo una suerte de eslabón perdido. Las movilizaciones de 1909 fueron como una bisagra articuladora entre las antiguas matrices culturales de la región y las nuevas demandas planteada por los actores socioeconómicos. En cierta forma, se actuó sobre la base de las costumbres coloniales de la convocatoria al pueblo a la plaza para poner en el centro del escenario los temas que la clase dirigente juzgaba prioritarios. Hubo varios cambios en este proceso: el motivo de la convocatoria ya no era reforzar la legitimidad de las autoridades políticas o religiosas. Estas eran sustituidas por el nuevo actor social, es decir, la burguesía vitivinícola. Así se fue configurando la acción, como un paso intermedio, como un ensayo general de buena parte de los elementos que estarían presentes, más adelante, en la Fiesta de la Vendimia. Este experimento fue el acto masivo del 8 de julio de 1909, por una coyuntura totalmente distinta pero que, en lo fundamental, tendría un significado preciso.

El motivo del acto de 1909 fue rechazar el Tratado de Comercio que se estaba negociando entre Argentina y Chile. La burguesía bodeguera se oponía a abrir el mercado argentino a la competencia chilena, y orquestó una campaña de alto impacto público para presionar al gobierno nacional de acuerdo a sus intereses. Uno de los arietes principales de esta campaña fue, precisamente, la movilización de 10.000 personas que asistieron al acto de la Plaza San Martín aquel día. Mirado de esta forma, el acto poco tuvo que ver con la celebración de la fiesta de la Vendimia. El motivo de la convocatoria no era celebrar la cosecha, sino incidir en la política exterior de la Nación. Sin embargo muchos aspectos organizacionales presentes en este acto, se iban a reproducir y realizar después en la Fiesta Nacional de la Vendimia.

El espacio reservado para el encuentro de la burguesía vitivinícola con la prensa y la clase política también se contempló en estas jornadas. En efecto, la noche del 2 de julio de 1909 se celebró un banquete al cual asistieron representantes de los tres sectores. La burguesía vitivinícola estuvo representada por los empresarios del sector; la prensa lo fue por periodistas de medios gráficos de Cuyo y de las ciudades del litoral rioplatense, que llegaron a Mendoza especialmente invitadas por los organizadores del evento. El cuadro se completó con la presencia de dirigentes políticos de nivel provincial y nacional. Esta reunión fue el primer ensayo de lo que, con el tiem-

po, se transformaría en una de las actividades tradicionales de la Fiesta de la Vendimia, conocida como el “Almuerzo de las Fuerzas Vivas”, organizado más adelante por el Centro de Bodegueros de Mendoza, para recibir allí al presidente de la República (o sus representantes), en el marco de una amplia cobertura periodística.

El acto de 1909 marcó, por primera vez, la afluencia masiva de los trabajadores rurales hacia la ciudad de Mendoza. Hasta entonces, los habitantes de la campaña solían permanecer en sus lugares la mayor parte del tiempo. Y sus viajes hacia la ciudad estaban acotados a actividades sociales o económicas de tipo individual o de pequeños grupos. Hubo algunas movilizaciones impulsadas por el movimiento obrero, pero todavía de escasa repercusión. Tampoco los partidos políticos vigentes (liberales, conservadores, radicales) habían logrado organizar grandes movilizaciones populares y lo mismo puede decirse de los espectáculos deportivos y culturales. En ese sentido, la convocatoria de 1909 marcó un hito histórico en la región. Y tuvo su continuidad con el correr del tiempo, en las sucesivas celebraciones de la Vendimia.

La movilización masiva de los trabajadores se originó desde la misma burguesía vitivinícola. Los organizadores del acto, propietarios de las principales bodegas y viñedos, tomaron la iniciativa de impulsar el desplazamiento de las capas populares con idea de fortalecer su demostración. En efecto, la burguesía comunicó a la prensa que “se hará venir al personal de los principales establecimientos vinícolas de los departamentos de la campaña para engrosar el número de manifestantes”.⁷

El traslado de gente de la campaña a la ciudad, en 1909, fue facilitado por los ferrocarriles ingleses. La empresa *F.C. Buenos Aires al Pacífico* (BAP) fletó trenes gratuitos desde los tres circuitos urbanos y suburbanos del centro y este de Mendoza. La prensa anunció este servicio en los siguientes términos:

“La Bolsa Vitivinícola hará correr trenes especiales de varios departamentos entre las 12 y las 2 PM para que vengan de la campaña, gratuitamente, todos los que quieran hacer acto de presencia en la manifestación. El de Luján partirá de allá a las 1.05 PM y llegará aquí a las 1:52 PM; el del circuito de Guaymallén saldrá de esta ciudad a las 12.30 y recorrerá todas las estaciones de tránsito para regresar a las 2 PM, y el de circuito Rivadavia partirá de Palmira a las 10.20 AM y después de recorrer aquel, regresará por vía Alto Verde para llegar a esa misma hora a esta ciudad. Todos los trenes volverán a salir de aquí a las 6 PM para conducir a sus respectivos destinos a las personas que hayan alzado en el trayecto a su venida. El punto que se ha fijado para reunión del público es la plaza San Martín”.⁸

El servicio de transporte actuaba en forma articulada con el gremio de los bodegueros, que impartió instrucciones a sus obreros y empleados para desplazarse a la

⁷ *Los Andes*, 29 de junio de 1909.

⁸ *Los Andes*, 1 de julio de 1909.

ciudad. El día previsto para el acto, se produjo una movilización masiva desde la campaña hacia la ciudad. El plan se ejecutó de acuerdo a lo planeado pero, hubo también como un movimiento mayor al esperado por los organizadores. Las crónicas periodísticas lo reflejaron en los siguientes términos:

“Las calles centrales del municipio presentaban más movimiento que de costumbre. Muchas personas radicadas en los pueblos vecinos a la ciudad, empezaban a llegar en carruajes o a caballo, diseminándose por todas partes, a la espera de la hora que debía verificarse la manifestación. Entre los que arribaban, predominaba el elemento extranjero, especialmente en la clase trabajadora. Todas las bodegas de alguna importancia habían impartido orden a su personal para que estuviese listo a medio día, a fin de que se embarcaran también en esos trenes. Las estaciones del ferrocarril comenzaron a notarse invadidas por una verdadera avalancha de pasajeros de todas condiciones y clases sociales que se trasladaban a ellas a pie, a caballo o en carruajes. La gran parte de esas personas no esperaba los trenes especiales puestos a disposición del público y se embarcaban en los que corren de acuerdo con el horario vigente. Momentos después de las 2 hizo su arribo el primer convoy. Compuesto de varios coches de primera y segunda clase, todos ellos veíanse colmados de pasajeros. Procedía de Luján. Momentos más tarde arribaban también el tren del circuito Guaymallén, y el del circuito Rivadavia, ocupados todos por numerosos grupos de personas. El público había invadido esos trenes en las estaciones por donde pasaba.”.⁹

Los ferrocarriles aseguraron la movilización de personas desde un amplio espacio. Nótese que se afectaron los tres circuitos suburbanos que el BAP tenía en servicio en Mendoza. El de Luján abarcaba la primera zona vitivinícola y se extendía hasta 20 km al sur de la ciudad de Mendoza. El de Guaymallén servía la zona del nordeste. Y el circuito de Rivadavia abarcaba los tres departamentos del Este, incluyendo Junín, San Martín y Rivadavia, localidad ubicada a 80 km de Mendoza.

La convocatoria de la movilización tenía tres atractivos para los trabajadores rurales de la campaña. Primero, les daba la oportunidad de conocer la ciudad, sin pagar el transporte. Segundo, se los invitaba a manifestarse en “defensa de la industria madre de Mendoza”. Tercero, se les dejaba un margen de tiempo de varias horas, después de los actos, para realizar un paseo, para reencontrarse a las 18.00 y regresar a sus hogares. Es posible imaginar lo atractivo y estimulante que pudo resultar esta experiencia para los trabajadores de la periferia, acostumbrados a permanecer en sus lugares casi toda su vida.

Las organizaciones de la sociedad civil también hicieron su parte en esta movi-

⁹ *Los Andes*, 2 de julio de 1909.

lización. Sobre todo las entidades de las comunidades de inmigrantes. Para avanzar en esa dirección, los organizadores resolvieron “dirigir una circular a los presidentes de todas las entidades (nacionales y extranjeras) existentes entre nosotros e invitarlos a concurrir con sus miembros”.¹⁰ Esta propuesta tuvo acogida muy favorable entre las organizaciones no gubernamentales, sobre todo las colectividades de inmigrantes europeos. En efecto,

“las sociedades extranjeras a quienes se ha invitado para que concurren en corporación, han prometido hacerlo. A tal fin desde ayer circulaban invitaciones entre sus miembros para que se presenten esta tarde de 1 a 2 en sus respectivos centros, con el objeto de trasladarse desde ellos, en columna, al sitio donde se congregará el público. Entre los que han ofrecido su colaboración, figuran los siguientes: Orfeón Español, Sociedad Española de Socorros Mutuos, Centro Catalán, Dante Aligheri y Sociedad Francesa. También ha prometido hacerse representar en este acto el Club Gimnasia y Esgrima”.¹¹

La convocatoria a participar a las organizaciones civiles tuvo efectos diferentes. El día del acto, se demostró la diferente sensibilidad de los adherentes de cada una. El Club de Gimnasia y Esgrima, referente de las élites más tradicionales y criollas, no tuvo presencia relevante. En cambio, las sociedades de inmigrantes extranjeros tuvieron un protagonismo notable. A ellas se sumaron los gremios de los trabajadores. La prensa de la época explicó que a la Plaza San Martín llegaron:

“las sociedades extranjeras, formadas en columna. La primera en llegar fue el Orfeón Español, con su respectivo estandarte. Luego arribó también la Sociedad Española de Socorros Mutuos y, sucesivamente, el Centro Catalán, la Sociedad Dante Aligheri, la Sociedad Francesa y la Federación Obrera, compuesta ésta última por los operarios de los talleres del ferrocarril y la mayor parte de los gremios de trabajadores. Todas ellas iban munidas de sus correspondientes estandartes y, al llegar a la plaza, tomaban ubicación alrededor de la tribuna colocada en el centro”.¹²

Las organizaciones civiles italianas, españolas y francesas se sumaban a los ferrocarriles ingleses y a los empresarios vitivinícolas (predominantemente italianos y españoles), para demostrar la hegemonía del elemento europeo en esta movilización que tenía como objetivo, frustrar el intento de integración latinoamericana que representaba la firma del Tratado de Libre Comercio entre Argentina y Chile.

¹⁰ *Los Andes*, 29 de junio de 1909.

¹¹ *Los Andes*, 1 de julio de 1909.

¹² *Los Andes*, 2 de julio de 1909.

Para facilitar aún más la concurrencia del público al acto, las empresas financieras y comerciales de la ciudad dieron asueto al personal. El día del acto la prensa informó que “las casas de comercio, incluso los bancos, cerrarán sus puertas poco después de medio día para que sus empleados puedan asistir al meeting”.¹³ El día de la manifestación, esta directiva se cumplió con bastante rigurosidad. A las 12 estaban casi todos los negocios cerrados; otros lo hicieron un poco más tarde, a medida que se consolidaba el clima festivo en la ciudad. Y los empleados, al salir de sus tiendas, se dirigían a engrosar el público que asistía al mitin.¹⁴

La prensa fue otro actor importante en este movimiento. Los diarios de Mendoza realizaron una amplia cobertura de los actos. Pero, junto con ellos, esta movilización generó un amplio interés en medios de prensa gráfica de otras ciudades de la Argentina. Este hecho sorprendió a los medios locales, dado que era algo extraordinario. En efecto, el diario *Los Andes* señaló al respecto que:

“hoy deben llegar algunos enviados especiales de los diarios del litoral (rioplatense) que vienen para encontrarse aquí en este día y poder apreciar la importancia del acto a realizarse. Nuestro colega de (el diario) *La Capital* de Rosario ha enviado a uno de los miembros de su redacción, el señor Alvarez de Vivar, quien se encuentra entre nosotros desde el martes”.¹⁵

La presencia de la prensa nacional, promovida por la burguesía vitivinícola en su estrategia de ampliar la repercusión del acto, puso en marcha un proceso que tendió a consolidarse con el tiempo. En efecto, cuando se comenzó a celebrar la fiesta de la Vendimia, la presencia de los corresponsales de los medios foráneos sería una constante a lo largo del tiempo.

Llegado el día previsto por los organizadores, la convocatoria funcionó de acuerdo a lo planificado. El público llegó masivamente a la ciudad de Mendoza, asistió al acto, y le aportó una concurrencia masiva, sin precedentes. Una crónica periodística de la época describió el acto en los siguientes términos:

“Desde las dos de la tarde comenzó el público a aglomerarse en la plaza de San Martín, en la que se había alzado la tribuna desde donde los oradores designados habían de dirigir la palabra al pueblo. Entretanto, la banda popular de música anunciaba la hora de la asamblea, ejecutando diversas marchas. La comisión había organizado y costado trenes expresos para los ciudadanos que quisiesen concurrir desde Luján de Cuyo, Luzuriaga, Rivadavia, Guaymallén, Maipú, San Martín. La concurrencia iba, pues en-

¹³ *Los Andes*, 1 de julio de 1909.

¹⁴ *Los Andes*, 2 de julio de 1909.

¹⁵ *Los Andes*, 1 de julio de 1909.

grosando por momentos, viéndose entre ellas numerosísimas damas. Poco antes de abrirse el acto, la concurrencia alcanzaba, según cálculo aproximado, 10.000 personas".¹⁶

La presencia femenina a bordo de los carruajes fue otro elemento clave del acto de 1909, y un anticipo de lo que ocurriría más tarde con la Fiesta de la Vendimia. Los organizadores convocaron a las damas de la sociedad mendocina, con idea de lograr su presencia en el mitin. Pero no sabían muy bien cómo realizar esta idea. Finalmente, las damas pudieron acudir, pero desde sus carruajes y acompañadas de sus familiares.

"Una nota simpática era la que daban algunas familias que, aceptando la invitación hecha a las damas para que hicieran acto de presencia en el mitin, se presentaron en carruaje, luciendo elegantes y lujosas toiles. El cuadrilátero formado por las calles que rodean la plaza, lo ocupaban a esa hora un regular número de carruajes de toldo bajo en los que veíanse a conocidas familias que adheríanse de esa forma al movimiento de opinión en vísperas de realizarse. La presencia de nuestras damas daba mayor animación al cuadro, contribuyendo a despertar también más entusiasmo entre los grupos. No menos de cincuenta eran los carruajes que circundaban la plaza según cálculos que pudimos hacer a la ligera. Entre las señoritas que veíanse en carruaje, figuraban las siguientes...".¹⁷

En una sociedad marcada por el tradicionalismo, la severidad y austeridad en las costumbres, esta situación significaba una novedad notable: las mujeres de alta sociedad se presentaban, en público, arriba de sus carruajes, a la vista de todos. Lucían su belleza, seducían y entusiasmaban a la multitud que se había nucleado en la ciudad. Se estaba abriendo una nueva etapa en cuanto a la presencia femenina en el espacio público regional.

En este marco, la burguesía vitivinícola expuso su posición a través de tres oradores que manifestaron severas críticas al proyecto del Tratado de Comercio y exigieron aranceles proteccionistas para la industria del vino. Escapa a los objetivos de este trabajo examinar técnicamente el reclamo, tema desarrollado en otra parte.¹⁸ Lo que ahora interesa son los aspectos de este acto que luego servirían para fundar los rituales de la fiesta vendimial.

Uno de los elementos más interesantes fue el estreno de la tradición del glamour en la conmemoración del vino y de Mendoza. Este elemento, tan propio de la

¹⁶ *Boletín del Centro Vitivinícola Nacional*, n° 46, Buenos Aires, julio de 1909, p. 1173-1174.

¹⁷ *Los Andes*, 2 de julio de 1909.

¹⁸ Pablo Lacoste, "Vinos, carnes, ferrocarriles y el Tratado de Libre Comercio entre Argentina y Chile (1905-1910)". *Historia* n° 37 (Santiago de Chile, 2004) volumen 1, pp. 97-127.

retórica vendimial del siglo XX, ya estuvo presente en el acto de 1909. Así, por ejemplo, el primer orador, al culminar su discurso, emuló la oratoria británica, con un lacónico “Dios Salve a Mendoza”.¹⁹ Con estas palabras se insinúa que Mendoza merece tratamiento de reina, de Majestad. Mendoza sería como una dama elegante que requiere cortesía y glamour. Lo que este orador no podía imaginar era que, implícitamente, estaba inaugurando una actitud que luego se transformaría en tradición entre los escritores de los guiones de Vendimia.

Otro elemento propio de la retórica vendimial, y a la vez, presente en el mitin de 1909 fue el mito del inmigrante europeo como fundador de la industria vitivinícola de Mendoza. De acuerdo a esta retórica, la industria del vino sería muy reciente, fruto exclusivo de los nuevos pobladores, es decir, los inmigrantes. Así se afirmó el segundo orador de la tarde, al destacar “este suelo mendocino, que tanto costó desmontar y barrenar, arrancándolo al algarrobo y a otras floras estériles; este suelo fecundo por el sudor de dos generaciones”.²⁰ Con estas palabras, el disertante avanzaba en la construcción de un discurso de exaltación del recién llegado inmigrante europeo como artífice de la industria del vino; se estaba enmascarando un proceso de 350 años de historia vitivinícola en Mendoza, que se desarrolló durante la época colonial y tuvo al criollo como sujeto principal.

Posteriormente, los dirigentes y el pueblo se desplazaron desde la plaza hacia la Casa de Gobierno para presentar un petitorio al gobernador Emilio Civit y, por su intermedio, al Poder Ejecutivo Nacional. En este desplazamiento participó también la banda de música. Las mujeres también tomaron parte de esta procesión, a bordo de sus carruajes.

“El público se organizó en columnas, encaminándose hacia la casa de Gobierno parahacer entrega a las autoridades de la provincia, de las conclusiones del mitin, a fin de que éstas las hagan llegar a los poderes públicos de la Nación. Marchaban a la cabeza algunos agentes de policía, a caballo, con la misión de despejar el trayecto que debía recorrer la comitiva. Más atrás iba la banda de música y después de ésta, los principales miembros del gremio afectado con el convenio en trámite entre Chile y nuestro país y, por último, el grueso del público. La columna era compacta y ocupaba, en un trayecto de tres cuadras, tanto la calzada como las veredas de la calle San Martín. A vanguardia y retaguardia de éste, desfilaban los carruajes ocupados por las familias, en doble fila”.²¹

¹⁹ Discurso de Antonio L. Gálvez en la plaza San Martín, Mendoza, 1 de julio de 1909. *Boletín del Centro Vitivinícola Nacional*, n° 46, Buenos Aires, julio de 1909, p. 1174.

²⁰ Discurso de Santiago Grippa en la plaza San Martín, Mendoza, 1 de julio de 1909. *Boletín del Centro Vitivinícola Nacional*, n° 46, Buenos Aires, julio de 1909, p. 1174.

²¹ *Los Andes*, 2 de julio de 1909.

La columna recorrió la calle Necochea hasta San Martín, y por ésta, siguió hasta Rivadavia. (Estos caminantes estrenaron el recorrido que, actualmente ocupa el Pabellón Oficial durante la Vía Blanca de las reinas vendimiales). En la Casa de Gobierno, los líderes fueron recibidos en el despacho oficial y, en nombre de ellos tomó la palabra un representante, Melitón Arroyo, el cual hizo explícito todo el movimiento:

“En este día que quedará grabado del mismo modo que quedarán las epopeyas, se ha congregado inmenso el pueblo para hacer conocer su opinión absolutamente contraria a la cláusula sobre la libre introducción de vinos que contiene el Tratado de Comercio a celebrarse con Chile. En un mitin colosal, se ha sancionado la unánime protesta de esta cláusula atentatoria a la gran industria argentina, verdadero orgullo nacional, pues que, gracias sólo a sus esfuerzos surgió sin haber merecido jamás la protección de los poderes públicos que no se dan cuenta de lo que ella vale. Con sólo su esfuerzo ha podido colocar a la República Argentina en un primer rango como país vitivinícola en Sud América”.²²

Para los representantes de la burguesía bodeguera, la movilización popular significaba un empoderamiento de los dirigentes empresarios y legitimaba su capacidad de petitionar ante el Estado. Pero el gobernador Emilio Civit entendió que el Estado no podía estar ajeno al proceso, y que debía reivindicar su propio papel como parte de esta unidad socioeconómica generada a partir de la industria del vino. Así lo reflejó en su respuesta:

“Son plausibles estos movimientos de opinión que confortan y halagan no solo al *patriotismo*, sino a todos los que deseamos una *patria grande, próspera y rica*. Este movimiento significa progreso y civilización, porque fortifica al Gobierno y al pueblo que funda sus anhelos y aspiraciones en una causa común. Es así como comprende y siente ese *noble pueblo que trabaja* y se agita dentro del escenario de la provincia y que vela por su *prosperidad y riqueza*. Para vosotros mismos no puede ser más halagador el reuniros así, porque demostráis ser *pueblo verdadero*. He mandado por eso enarbolar el pabellón *patrio* en lo alto de esta casa por la respetabilidad de esta causa en que os acompaño con todas mis fuerzas y simpatías”.²³

El discurso de Emilio Civit sirvió para reforzar varias ideas. Por un lado, legitimó la movilización de los sectores populares en torno a la industria del vino. Los

²² Discurso de Melitón Arroyo ante el gobernador Emilio Civit, Mendoza, 1 de julio de 1909. *Boletín del Centro Vitivinícola Nacional*, n° 46, Buenos Aires, julio de 1909, p. 1175.

²³ Discurso del gobernador Emilio Civit ante la delegación de los viticultores, Mendoza, 1 de julio de 1909. *Boletín del Centro Vitivinícola Nacional*, n° 46, Buenos Aires, julio de 1909, p. 1176.

que participan de esta convocatoria forman el “noble pueblo”, o bien, “pueblo verdadero”. Dada esta situación, Civit manifiesta el respaldo del Estado “con todas mis fuerzas y simpatías”, a la vez que reclama un espacio de liderazgo. Por otra parte, el gobernador reforzó los conceptos referidos a la cultura del trabajo y el esfuerzo que desarrollaron los mendocinos a través de la industria del vino, tomando distancia de la cultura de la renta propia de los latifundios pampeanos de producción primaria. Finalmente, el discurso de Civit enfatizó el lazo de unión entre la industria del vino, la creación de riqueza y el patriotismo. En este breve texto se usan recurrentemente palabras como prosperidad, riqueza y patria. Esta última se presenta en tres formatos distintos: patriotismo, patria grande, pabellón patrio. Son los ideales que alcanza ese pueblo trabajador y movilizado. También se reiteran las apelaciones a la riqueza: se usan los términos “próspera”, “prosperidad”, “rica”, “riqueza”.

CONCLUSIÓN

La actual Fiesta Nacional de la Vendimia, con sus dimensión artística y su trama socioeconómica y política, ha sido el resultado de una larga evolución cultural, con el entronque de tradiciones y fiestas religiosas coloniales, con las nuevas corrientes generadas por los actores políticos modernos, resultado de las transformaciones profundas que experimentó la sociedad argentina entre fines del siglo XIX y comienzos del XX. En este sentido, un papel central cupo a los inmigrantes europeos que incorporaron nuevas prácticas de participación ciudadana y movilizaciones masivas. En esos tiempos, los anarquistas y socialistas movilizaban a los trabajadores para legitimar reivindicaciones sociales; con este mismo criterio, la burguesía vitivinícola promovió la movilización en función de reivindicaciones sectoriales.

Las movilizaciones de 1909, a propósito del rechazo a la firma del Tratado de Comercio entre Argentina y Chile, fue un experimento trascendente. Siguiendo las prácticas de los viticultores europeos, visibilizadas, por ejemplo, en el caso de la Denominación de Origen de Champagne (1908), los viticultores inmigrantes radicados en la Argentina impulsaron la movilización de los actores sociales involucrados en la industria del vino para alcanzar sus objetivos con respecto a las políticas públicas. De esta manera se realizó un ensayo que, con el tiempo se transformaría para dar lugar a una estructura que se iba a desplegar en la celebración de la Fiesta de la Vendimia. Los puntos de contacto entre el acto de 1909 y la futura fiesta de la Vendimia fueron los siguientes:

1-Los trabajadores vitivinícolas de los departamentos del interior de la provincia, viajaron hasta la ciudad de Mendoza por primera vez en forma masiva. Se trasladaron para participar en un acto de reivindicación de los intereses de la industria del vino, que se consideraba amenazada. Esa convergencia sobre el centro se vivió como una pequeña fiesta o paseo familiar, con aires de entretenimiento.

2-Los ferrocarriles ingleses, aliados de la burguesía vitivinícola, contribuyeron en forma decisiva para aportar la infraestructura de transporte que movilizó a los

trabajadores de la campaña hacia la ciudad. En 1909 el *Ferrocarril BAP* libró al servicio trenes gratis para facilitar la convocatoria. En la década de 1930, la empresa reiteró esta actitud para promover la Fiesta Nacional de la Vendimia con tarifas promocionales hacia Mendoza.

3-Las organizaciones de la sociedad civil, nacionales y extranjeras, también se involucraron en estos actos. Clubes deportivos y sociales, entidades de socorros mutuos y culturales tomaron parte en la convocatoria y movilización. Esta presencia se iba a reiterar, posteriormente, en la celebración de la Fiesta Nacional de la Vendimia.

4-Los medios de prensa provincial y nacional hicieron una cobertura notable. Los diarios del litoral rioplatense, tradicionalmente desinteresados por las provincias del interior del país, descubrieron Mendoza y su potencial movilizador en torno al tema del vino. Este fenómeno se puso en marcha en 1909; luego se mantuvo y profundizó posteriormente con la celebración de la Fiesta de la Vendimia.

5-La burguesía le perdió el miedo a la movilización popular, al menos dentro de este marco. En ese tiempo, la clase dirigente tenía sus aprehensiones ante la salida del pueblo a la calle, sobre todo por la fuerte influencia de los grupos anarquistas, sindicalistas y socialistas. Por tal motivo, en los primeros años del siglo XX se sancionaron en la Argentina numerosas leyes y decretos de carácter represivo. Pero en el contexto del vino, la situación tomaba otro carácter. Las élites advirtieron que la viticultura lograba crear un espacio de armonía, con énfasis en lo lúdico y sin tensiones internas.

6-Las actividades en el centro de la ciudad tuvieron una dimensión artística. Hubo bandas y música para animar la espera y hacer más grata la reunión. Más adelante, cuando la convocatoria estuvo orientada más específicamente a celebrar la vendimia, este elemento se iba a desplegar con mayor fuerza.

7-La mujer se hizo visible públicamente como protagonista de la belleza. Estuvo presente en la plaza y fue notado por los medios de prensa. También participó en el desplazamiento o marcha del acto. Además, este movimiento se realizó a bordo de carruajes, lo cual incrementó la visibilidad de las mujeres. Este hecho fue particularmente destacado en las crónicas de la época: la presencia femenina en un acto público, a bordo de esos carros. Esta no fue la primera vez que la mujer se colocaba en el escenario público de Mendoza: desde tiempos coloniales había participado en las procesiones religiosas. Pero el cambio estaba dado por la actitud. En las peregrinaciones, la mujer debía ir oculta debajo de mantillas y recatados vestidos, además de mantener una actitud de recogimiento y empequeñecimiento. La mujer estaba allí como una parte más de la masa de fieles, de las ovejas del rebaño parroquial, con actitud impetratoria y rogativa. Su belleza debía enmascararse detrás del recato mandado por la modestia y el pudor. En cambio, en la manifestación de 1909, la mujer se liberó de sus mantillas y sus rubores, para lucir abiertamente su belleza femenina. Para mayor exposición, la mujer se hizo presente arriba de un carruaje, lo cual realzaba su presencia.

8-El evento de 1909 no fue una ceremonia fija, en un lugar único, sino que hubo desplazamiento. Como en las antiguas procesiones de la época colonial, se produjo una suerte de peregrinaje desde la plaza hacia la Casa de Gobierno. Participaron tanto las mujeres en carruajes, como los organizadores, los artistas (banda de música) y el pueblo.

9-La burguesía vitivinícola motorizó la convocatoria a los sectores populares y, como resultado, logró mayor legitimación. Obtuvo una base de sustentación, en nombre de la industria del vino, que le permitió convertirse en actor social con capacidad de hacerse escuchar por parte del Estado. Paralelamente, se celebró el primer banquete que reunía, a la vez, a la burguesía vitivinícola, los periodistas y las autoridades de nivel provincial y nacional. Se inició la tradición luego llamada “Almuerzo de las Fuerzas Vivas”.

10-Se puso en marcha un discurso de integración de clases sociales en torno a los intereses compartidos dentro de una misma actividad económica. El texto de la convocatoria afirmaba que la burguesía vitivinícola y el pueblo trabajador de Mendoza eran co-constructores de la industria del vino, a partir de su propio esfuerzo. Este objetivo se logró sin respaldo de Buenos Aires, ni por fuertes capitales, sino por el trabajo esforzado de los mendocinos. Se exalta la cultura del trabajo.

Finalmente, las cancillerías de Argentina y Chile desistieron del Tratado de Libre Comercio. La resistencia de la burguesía vitivinícola cuyana encontró un aliado en la Sociedad Nacional de Agricultura, del lado chileno, que también se resistía al Tratado por temor a la competencia del ganado argentino. Estos intereses prevalecieron, y el tratado fue desahuciado. A pesar de ello, las relaciones entre ambos países se mantuvieron dentro de un marco de paz y cooperación a lo largo de todo el siglo XX. Y ya no hubo manifestaciones de viticultores contra la política exterior argentina. En cambio, lo que sí siguió su curso fue el lazo de la burguesía vitivinícola con los otros actores involucrados en los hechos de 1909: el Estado, los hacendados culturales y las capas sociales. Sobre esta matriz se puso en marcha, más tarde, la Fiesta Nacional de la Vendimia, la cual vino a consolidar la trayectoria de articulación entre todos estos actores. La trama socioeconómica, política y cultural se fortaleció con la celebración del vino.