

# **Vinos y “Estilos de vida” Transformaciones sociales en los Valles Calchaquíes.**

Vázquez, Estela y Aguilar, María Angela.

Cita:

Vázquez, Estela y Aguilar, María Angela (2014). *Vinos y “Estilos de vida” Transformaciones sociales en los Valles Calchaquíes. XI Congreso Argentino de Antropología Social, Rosario.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-081/896>

# **XI Congreso Argentino de Antropología Social**

**Rosario, 23 al 26 de Julio de 2014**

**GRUPO DE TRABAJO**

**GT42-EL TRABAJO COMO CAMPO DE DISPUTA: DEBATES, SENTIDOS Y RESISTENCIAS**

**TÍTULO DE TRABAJO**

**Vinos y “Estilos de vida”**

**Transformaciones sociales en los Valles Calchaquíes**

**Nombre y apellido. Institución de pertenencia.**

**Estela Vázquez Docente e Investigadora UNSa, F. de Humanidades, Escuela de Antropología**

**María Angela Aguilar Docente e Investigadora UNSa, F. de Humanidades, Escuela de Antropología**

## Introducción

*¡Cantemos al licor, y en copas llenas  
Escancia el vino que me baste, ¡oh niña!,  
Para suplir la sangre de las venas  
Con sangre de la viña!  
Joaquín Castellanos<sup>1</sup>, 1887*

Con las ventas de las principales bodegas de Cafayate en los '90, comenzó un proceso de profundas transformaciones sociales cuando llegaron capitales extra-locales tanto nacionales como extranjeros concentrados. Este proceso fue acompañado con un cambio en las características de la producción y la calidad del vino, que se busca asociarlo con un “estilo de vida” de consumos de “alta gama”, y se lo ofrece en conjunto con el paisaje y la cultura local.

Este trabajo se divide en dos partes. En la primera realizamos una reconstrucción de la historia de la vid y del vino en los Valles Calchaquíes y las diferentes lecturas con relación a sus orígenes. Recordamos la prolongada y cruenta lucha de las comunidades diaguito-calchaquíes resistiendo la colonización española, y posteriormente el aislamiento por su difícil acceso, que hicieron de estos Valles una configuración social muy particular, compuesta por unos pocos propietarios y muchos trabajadores cuya relación reproducía un modelo paternalista y autoritario que imponía un trato de siervos o esclavos a los peones rurales.

Para la segunda parte el abordaje elegido es la etnografía. Analizamos tres bodegas, prestando atención al modo en que dichas transformaciones se expresan en la relación nosotros - otros, los matices de esos cambios en los cuerpos, los gestos y los imaginarios de los trabajadores buscando hacer visible el carácter de esos vínculos que, aunque de modo diferente según los casos, continúan bajo la marca de la inferiorización del subordinado. Por otro lado, y en tensa relación con lo anterior, ponemos el foco en la estética de las bodegas, la imagen que eligen para presentarse y el tipo de vino que producen orientado a captar un público selecto asociado a un determinado “estilo de vida” que incorpora al turismo, la naturaleza y la cultura local como parte del producto que se ofrece.

### **Sangre de Cristo, Mercedes y Testamentos**

#### **Algunas historias de la vid y el vino en los Valles Calchaquíes**

La introducción de la vid y de la actividad vitivinícola en Salta ha sido contada de diferentes maneras. Hay quienes sitúan su introducción con la fundación (siglo XVI), otros en el siglo XVIII, otros en el XIX, pero siempre de la mano de conquistadores

---

<sup>1</sup> Poeta salteño. Fragmento de “El Borracho”

españoles, sean fundadores o sacerdotes que los acompañan. Generalmente se hace referencia a la necesidad de su entrada por curas católicos que requieren de “la sangre de Cristo” para dar misa. También los hay aquellos que creen que ya estaba presente en los indígenas la sabiduría del vino. Las versiones son múltiples, algunas más convincentes que otras, algunas documentadas y otras que sólo brotan de una imaginación urgida por dotar de un pasado digno a tan preciada actividad.

De toda esta variedad, aquí vamos a seleccionar sólo algunas. Tenemos por ejemplo a Emilio Schleh, quien en 1914 dice “La vitivinicultura existe en el país, según diversos documentos, desde mediados del siglo XVI. De Chile se trajeron los primeros sarmientos en esa época, fomentando inmediatamente los jesuitas los cultivos de viña en Córdoba y extendiéndolos a Salta, donde como en otros puntos, serían seguramente los primeros fabricantes de vino. Lozano refiere que a mediados del mismo siglo XVI, el maestro de campo L. Arias de Velázquez plantó en Chicoana una viña que existió durante muchos años. En 1566, al fundarse Esteco, había allí extensos viñedos, lo mismo que en Tarija en 1574, también año de su fundación. Más tarde, a mediados del siglo XIX, Martín de Moussy refiere que Cafayate y San Carlos, eran renombrados por sus buenos vinos” (:48).

Un autor con una extensa obra dedicada a distintos aspectos de la historia local, Atilio Cornejo, hace referencia a propiedades donde constan viñedos en el período colonial, tanto en mercedes otorgadas como en testamentos. Según él, se llegan a ubicar a las viñas justo en la fundación de Salta, “Lerma deja constancia que el mejor asiento para poblar la ciudad era el elegido por la mucha abundancia de tierras fértiles para estancias y **sementeras, pastos, viñas e huertas** de recreación que parece tener...” (:9 resaltado en el original). Luego se refiere a distintas mercedes de tierras en donde se menciona que se hacen viñas, y señala que “por algo lleva el nombre de La Viña un Departamento de esta Provincia..., situado en el valle de Lerma”<sup>2</sup>.

Otros datos sobre la vid se encuentran en Manuel Solá, que en “Memoria descriptiva de la Provincia de Salta” 1899, dice: “El cultivo de la vid ha tomado, desde esta última década, una gran importancia en los valles Calchaquíes y en el de Lerma, siendo sus productos cada día más solicitados para la exportación y para el consumo. La uva del valle es de una aroma y sabor exquisitos, y se ven racimos que pesan hasta tres kilos”.

“Salta y sus riquezas”, es un trabajo de Emilio Schleh que data de 1914, y es sin duda, el primero que se ocupa más sistemáticamente de la vitivinicultura y contiene información sobre la producción de uva, de vino y sobre hectáreas sembradas. Schleh le otorga a la actividad la mayor importancia en la economía salteña,

---

<sup>2</sup> Esta localidad se encuentra casi a mitad de camino entre Cafayate y Salta. También, según el autor, la Hacienda de Molinos fue concedida en 1744 como merced real al general Domingo de Isasmendi, y de allí proviene la información de que tenía viñas al sur (Botelli, 1985:10). La hacienda fue restaurada como hotel hace pocos años y se encuentra en el pueblo de Molinos, cerca de la bodega Colomé y por lo tanto del Museo de la Luz, forman parte de la actual Ruta del Vino.

señalando que el obstáculo principal es la dificultad de transportar el producto desde Cafayate a Salta, “La elaboración de vino constituye por **hoy** en Salta su industria fabril de mayor importancia. No ha adquirido el desarrollo de otras provincias, sin duda debido a que la región productora está casi aislada en medio de las serranías, careciendo de vías de fácil intercambio” (:48 resaltado en el original).

### **Construir el aislamiento. Ferrocarril y Estado**

Schleh da cuenta de una investigación de 1897 ordenada por la Oficina Nacional de Agricultura donde se expresa que las condiciones de suelo y clima de los valles Calchaquíes para el cultivo de vid son excelentes, pero que la vid criolla<sup>3</sup> es inapropiada para vinos finos y que las condiciones de producción del vino adolece de defectuosos procedimientos, tanto en las bodegas, como para irrigación y traslado. Aquí interesa señalar una acción estatal en relación al cultivo al ordenar este informe. Otra acción, esta vez provincial fue la fundación de una oficina específica, “durante la primera gestión gubernamental del Dr. Abraham Cornejo en 1917, se creó la Estación Enológica de Cafayate”<sup>4</sup>. Estas intervenciones son contadas y carecen de efectividad para dar un impulso significativo a la actividad.

Para principios del siglo XX, Schleh rescata algunos pioneros, “Entre los primeros esfuerzos que se hicieron para cambiar en lo posible este estado de la vieja industria, se destacan el de don Sigifredo Brachieri, uno de los principales iniciadores de los nuevos cultivos y métodos de fabricación de Cafayate, y don Wenceslao Plaza, que comenzó la introducción de vides francesas en 1886, llevándose a cabo posteriormente por otros industriales, no menos animosos, una serie de reformas, que fueron las iniciales” (:49). Y también una bodega en Cafayate, “Resaltantes todas las deficiencias de la industria, cabe hacer notar que entre las excepciones de progreso actual figuran las bodegas modernas -con los últimos modelos de maquinarias entregados por la mecánica- de los industriales Chavarría Hermanos, existentes en el pueblo de Cafayate. Otras excepciones como éstas,... no han conseguido, empero, hacerla evolucionar de lo antiguo a lo moderno, sino en pequeña parte” (:51).

Estos productores que tratan de incorporar nuevas tecnologías fueron inspiradores de nuevas organizaciones, “Los avances tecnológicos y requerimientos de orden legal impusieron la necesidad de crear instituciones que agrupaban a los pioneros del desarrollo vitivinícola de Cafayate, así en las primeras décadas del Siglo XX se conformó la primera Cooperativa Vitivinícola cuya primera conducción estuvo integrada por los señores: David Michel Torino, Ceferino Velarde, Ing. Nolasco F. Cornejo, Pedro Grení, Néstor Michel, José Coll y Celesio Valle”(Cornejo C.D, op.cit.).

---

<sup>3</sup> La uva criolla es la que se cultiva principalmente en la zona en esa época.

<sup>4</sup> Diego Cornejo Castellanos “VINO, HISTORIA Y POESIA” <http://www.portaldesalta.gov.ar/vino.htm>, consultada el 20/3/14.

Las dificultades que se vienen enunciando, esto es, el tipo de uva no adecuada para buenos vinos, las características geográficas que la vuelven casi inaccesible, el riego y los procedimientos antiguos en la elaboración, podrían paliarse con apoyo del estado, principalmente para lograr el ferrocarril, donde están puestas todas las expectativas para concretar la potencialidad que se imagina. Schleh afirma “A que desaparezca esta deficiencia productora, ha de contribuir con toda eficacia la provincia, tan luego como el ferrocarril llegue a los valles, sacándolos de su aislamiento...” (:57), ya que su aptitud es óptima para el producto “La vid, planta realmente admirable por su producción cuantiosa –los racimos de ocho y hasta diez kilos de peso no son raros- se desarrolla en los viejos *encatrados* del departamento, sin el peligro de las plagas de otras zonas de producción y sin que resalte con caracteres graves ese otro peligro principal del granizo, que en sus pocas apariciones es combatido con medios adecuados...” (:52).

Veinte años después parece que el problema de transporte sigue vigente o peor aún, que se agravó. En el trabajo del Comité pro-ferrocarril al Pacífico, de 1934, uno de los argumentos que exponen para la continuación de la obra es que la industria vitivinícola de los Valles Calchaquíes enfrenta la competencia de los vinos de San Juan, debida al nuevo sistema de transporte, en sus propios mercados locales. El trazado de la línea férrea pasa por Alemania, a 88 km. de los centros de producción, lo que obliga al transporte en carros hasta ahí, luego se lleva en ferrocarril a Salta donde debe terminar su procesamiento, lo que encarece y deteriora el producto. “Así se explica entonces, que mientras queden sobrantes en las bodegas de Cafayate, San Juan coloque en Salta no menos de 2,5 millones de litros de vino por año” (:11)<sup>5</sup>.

Este Informe realiza un detallado recuento de las actividades económicas principales de Salta y en forma coincidente con Schleh, señala que el problema de la vitivinicultura de los Valles se debe a la imposibilidad de transportar en condiciones el vino desde el origen y hasta los posibles mercados, incluyendo a Salta Capital.

Resulta interesante comparar estos diagnósticos con lo que sucede paralelamente en Mendoza y San Juan “Fue esencial para el desarrollo vitivinícola la construcción del Ferrocarril Trasandino, realizada por el gobierno nacional, que conectó San Juan y Mendoza con Buenos Aires en 1885. El nuevo servicio aceleró los tiempos del transporte, redujo los fletes, aumentó la capacidad de carga y generó una eficaz accesibilidad a los mercados consumidores. En síntesis, la intervención del Estado en función promotora, particularmente en Mendoza, fue una notable innovación institucional y produjo una especialización en vitivinicultura, aunque masiva y sin preocupación por la calidad”<sup>6</sup>.

---

<sup>5</sup> Aclaran que San Juan ha obtenido concesiones especiales de los ferrocarriles del estado.

<sup>6</sup> Richard-Jorba, R. A. (2008) y Collado, Patricia A. (2006).

De este contraste pueden desprenderse algunas reflexiones sobre las políticas regionales que permanecen aún veladas en la conformación de los espacios regionales. Por otra parte, recordemos que entre fines del XIX y principios del XX, es el auge del modelo agroexportador centrado en las actividades agro-ganaderas de la pampa húmeda. El lugar que ocupó el trazado del ferrocarril y las políticas de los gobiernos nacional y provinciales, fue central en la configuración espacial del país. El caso de la vitivinicultura en los Valles es un ejemplo paradigmático de marginación y de frustración de las expectativas que generaba, en marcado contraste con el protagonismo del estado nacional y provincial en Mendoza.

### **Feudalismo y modernidad. Minoría blanca, mayoría indígena**

En el primer apartado reunimos información que pudiera brevemente dar cuenta de la historia de la actividad. Una caracterización de Bernardo Frías (1924)<sup>7</sup>, permite abordar las miradas de los grupos dirigentes sobre esa sociedad. En relación a la época considerada independiente dice: “Salta se transformó como se transformaron muchas ciudades y muchas regiones a quienes tales concesiones favorecían. Los nuevos españoles plantaron cuanta industria convino a sus intereses. Los valles de calchaquí, donde la **población indígena era más abundante, sumisa y civilizada**, como un pedazo del acabado imperio de los Incas, florecieron en cepas, que se transformaron en viñas, y las viñas en vino” (en Botelli, 1985:8, resaltado nuestro). La indicación de la división social entre españoles e indígenas, más los rasgos que adscribe a los indígenas revela la mirada del colonizador en Frías, y es muy sugestivo el calificativo de **civilizada** para la población indígena desde esa perspectiva, seguramente consecuencia de considerarla **sumisa**.

En otro trabajo nos referimos a la problemática del neocolonialismo<sup>8</sup> con más detalle, aquí sólo revisamos cómo se expresan las ideas sobre la población originaria de los Valles, poniendo el foco en la sumisión y en las formas de dominación propias de mecanismos extraeconómicos, lo que lleva a los autores a esbozar, más o menos explícitamente, la disyuntiva atraso o modernización.

Coincidente con lo que plantea Richard-Jorba (2008:91) para Mendoza, se puede decir que en los Valles Calchaquíes no hay mayores cambios en la vitivinicultura entre principios de siglo y los años setenta. Durante este período adquieren protagonismo en Cafayate los hermanos Michel Torino, al frente de distintas bodegas como herederos de sus padres, y el mayor de ellos, David, conocido en Salta por ser periodista y dueño del diario El Intransigente, dirigente del Partido Radical, y además se ocupa de actividades relativas a las bodegas en Salta. El

---

<sup>7</sup> Otro de los autores canonizados que utiliza Botelli en su obra.

<sup>8</sup> Vázquez, Estela (2014)

fallecimiento de uno de los hermanos, resulta en un litigio judicial entre su viuda e hijos y los hermanos Michel Torino. El juicio toma estado público en Salta porque implicaba al dueño de un diario, de oposición al peronismo gobernante, y porque la viuda eligió como abogado a un dirigente peronista<sup>9</sup>. Bajo el título de Historia de un Despojo (La verdad sobre el Pleito Michel Torino), escrito por Juan Carlos Cornejo Linares, se ventilan cuestiones familiares de los hermanos Michel Torino, y se vuelan apreciaciones sobre la sociedad local, que resultan de interés.

En esta publicación de 1952, el abogado de la viuda escribe un apartado inicial que llama "Aislamiento Colonial" y parece útil para la descripción de Cafayate en esos años. Comienza diciendo "En Cafayate, fértil y apacible valle poblado de viñas, recogido entre los repliegues pre-andinos, se vivió hasta hace pocos años y aún se vive en parte, un aislamiento colonial. Hasta la construcción de la actual carretera no había más camino que lo uniera con la ciudad de Salta que una senda trazada por el lecho mismo del río homónimo, que corre con gran pendiente, formando profundas gargantas entre montañas cortadas a pique". La importancia que cobra la geografía se manifiesta por las características del camino. Continúa diciendo que durante tres meses al año el precario camino quedaba totalmente cortado y no había más medio de comunicación que el estrecho conducto del telégrafo nacional.

Para Cornejo Linares, "Un sistema económico de tipo **feudal** era el predominante en esta apartada región. Sistema que recién comienza a desaparecer por la acción revolucionaria del actual gobierno nacional", manifiesta marcando su pertenencia partidaria. Agrega "Este sistema exigía y transformaba a los hombres en dos grupos completamente diferenciados: una minoría propietaria de grandes extensiones, y **una masa racialmente aborígen o de muy escasa mestización**". Nuevamente, la población de los Valles es caracterizada como aborígen y dominada por una minoría.

Por otra parte, expresa que "El completo dominio económico hizo de la minoría blanca una casta privilegiada, y los trabajadores, peones y pequeños arrenderos que debían servicios no retribuíbles al patrón, dependían del absoluto arbitrio del propietario. Gozaban de mejor o peor trato, según fuese la intensidad de las virtudes cristianas del amo. Inútil quejarse a las autoridades, ya que éstas eran designadas o respondían a la influencia del poderoso". Además de caracterizar Cafayate como una sociedad polarizada en dos clases, se refiere a una dominación totalitaria, ejercida por una "minoría blanca", donde la distinción racista se encuentra presente.

Un párrafo que dedica a los trabajadores, es particularmente expresivo sobre el trabajo rural "La mano de obra barata permitía mantener en el trabajo de la tierra

---

<sup>9</sup> F. Neiburg analiza estos acontecimientos en *Intimidad y Esfera Pública. Política y cultura en el espacio nacional argentino*, Desarrollo Económico. Rev. Ciencias Sociales. 170 (43): 287-303, 2003.

procedimientos primitivos, en los que prima el esfuerzo físico y el sacrificio, en gran parte estéril, del siervo de la gleba. El mismo decaimiento fisiológico del hombre mal alimentado y restringido de sus libertades, le formaban una **conciencia de esclavo** y le convertían en un ser **dócil y sumiso**: masa maleable para los designios económicos y aún políticos del patrón. Pero ese primitivismo, a la larga y ante la competencia de los medios técnicos, acaba por conducir a la ruina a quien lo intenta hacer perdurar” (:17/18 resaltados nuestros).

Remarquemos entonces la caracterización del trabajador vallisto, para estas formas de pensarlo, como **dócil y sumiso**, a veces **siervo**, a veces **esclavo**, **siempre indio**. La tenacidad y el valor desplegados durante la Guerra Calchaquí que dura cerca de un siglo, así como la ferocidad de las represalias de los conquistadores, sientan el imaginario neocolonial que se mantiene hasta la actualidad.

Entonces, hasta los 50s., en Cafayate y los Valles Calchaquíes se presenta una combinación de características especiales como el aislamiento geográfico, una división social tajante entre propietarios y desposeídos, que aparece también racializada entre “blancos” e “indígenas” y prácticas de producción “arcaicas”, en contraposición a las técnicas modernas y avanzadas que sólo unos pocos poseen.

### **Un fin de siglo agitado. Romper el aislamiento**

Avanzada la segunda mitad del siglo XX se generaliza y populariza el transporte automotor, a la vez que marca la decadencia progresiva del ferrocarril, será entonces cuando el aislamiento de los Valles empieza lentamente a ceder y permite la llegada de nuevas oportunidades de desarrollo capitalista para la zona, un factor de importancia era también la mejora de los caminos que permiten su acceso.

Así se gesta una iniciativa local promovida por el Bodeguero Etchart y el poeta César Perdiguero para organizar la Serenata a Cafayate, un encuentro de músicos de folklore que se realiza en 1974 y que este año festejó su 40 aniversario. En esa época comienza a activarse el turismo, constituido fundamentalmente por gente de la región, básicamente de Salta y Tucumán<sup>10</sup>. Si bien el turismo es incipiente, marca el inicio de un proceso que continuará y crecerá año con año.

En relación a la vitivinicultura, existen pocos trabajos que se ocupen de esta actividad en Salta<sup>11</sup>, aunque esta afirmación desentona vivamente con la abundancia de historias que cuentan las Bodegas a los turistas que las visitan. Una mención especial merece José Juan Botelli, con sus “Antecedentes para La Historia del Vino

---

<sup>10</sup> Según el Diagnóstico de la Provincia (1983), Cafayate al 31/12/78, tenía, 2 hoteles de 2 estrellas, 1 hostería de 2 estrellas, 1 hotel de 1 estrella y 2 residenciales de categoría B.

<sup>11</sup> Incluso en los diagnósticos técnicos de la Provincia ocupa en un lugar marginal.

en Salta”, que ganó un Concurso convocado en 1985<sup>12</sup>. Este trabajo recopila información dispersa sobre el tema y conjuga información histórica, estadística y algunos datos técnicos sobre el producto. Para ese año, enumera diez bodegas<sup>13</sup>.

Tolombón, merced del Rey al cacique Tolombón, después de Peñalva y luego de David Michel. Elaboran vinos finos: Cepas del Cigarral, Solera del Cigarral, Solera de don Abel, Riesling, y también damajuanas. A pesar de haber cambiado de propietarios en sus etiquetas figura como Sucesión de Abel Michel Torino.

Bodegas y Viñedos de Arnaldo Etchart, antes La Florida. Los vinos son Cafayate y Etchart Privado, blanco y tinto. Producen también en damajuanas.

El Recreo de los hijos de Julio Michel Torino, que producen Buen Retiro y Río Seco, blanco y tinto y Casas enterradas blanco. Venden damajuanas.

Domingo Hnos. de Martín y Osvaldo Domingo, que elaboran vinos regionales en damajuana. Señala que tienen todos los elementos modernos.

El Porvenir de Nanni, que elaboran también vino en damajuanas.

La Banda, que fuera de Camila Quintana de Niño y en ese momento de Angel Córdova y Nelly Murga de Córdova, anteriormente de Ceferino Velarde. Elaboran torrontés Vasija Secreta y regionales para vender en damajuana.

La Rosa: en un principio de Chavarría, luego pasó a los hermanos David, Abel, María Luisa, Julio y Martín Michel Torino. Explica que tiene todos los elementos para producir vinos finos y que todavía usan vasijas de roble, cubas y toneles de Nancy (Francia) y ahora piletas de cemento protegidas por una resina sintética sin solvente (epoxi). Vinos: Torrontés Viejo, Torrontés de Don David, Rosado de Michel Torino, Cabernet, Cabernet de Don David.

Animaná, de Vicente Luis Murga (Los Parrales S.A.). Elabora los vinos El Salteño, El Cafayateño, tinto y blanco, también damajuanas y botellas comunes “Los Parrales”.

Angastaco, de Miralpeix, cuyas marcas son Angastaco, Miralpeix, Salta de Lerma y damajuanas Miralpeix.

En Molinos la bodega Colomé, de Rodó que volvió a cambiar de dueños.

### **Los Valles Calchaquíes: pequeño gran lugar**

La historia de la vitivinicultura en Argentina pone el acento sobre los procesos de Mendoza y San Juan de forma excluyente, debido a que estas provincias son las que aportan más del 90% de la producción de vinos sobre el total del país. Sin embargo, las características de las otras regiones tienen relevancia por su especificidad, como el caso de los valles que estamos viendo aquí. Está claro que

---

<sup>12</sup> Convocado por la Fundación C. U. de Etchart en homenaje a César Perdiguero, periodista y poeta.

<sup>13</sup> Ver Anexo.

los casos de Mendoza y San Juan marcan la tónica dominante en la vitivinicultura de Argentina y que influyen decisivamente en las otras zonas que producen lo mismo.

Para el período de fin del siglo XX, es importante mencionar una drástica caída del consumo de vino. En el libro *Argentina Tiempo de Cosecha*<sup>14</sup>, se menciona que “En los '70 una nueva crisis comenzó a emerger en el sector, ya que se produjo una marcada caída del consumo interno y un aumento de la competencia con otras bebidas; por ello sobrevino un panorama crítico de sobreproducción que años más tarde obligó a una importante erradicación de viñedos”, evidentemente el problema de sobreproducción afectó principalmente a las provincias de Mendoza y San Juan.

La caída del consumo fue principalmente de vino común, “La demanda de vino común cayó verticalmente, de más de 90 litros per cápita en 1970, a 83 litros en 1976 y 55 litros en el año 1991”. Esta restricción del consumo debido a una serie de factores, confluyó en una situación crítica que afectó a la vitivinicultura de los Valles, en donde se vendieron las principales bodegas y comenzó un proceso de transformación que resultó en la creación de un nuevo espacio para el capital concentrado del que dimos cuenta en otros trabajos. Cafayate se convirtió en un pequeño pero gran lugar especializado en vinos finos para exportación y en un espacio insularizado de consumos de alta gama. En el próximo apartado pretendemos dar cuenta de la metamorfosis de tres de las principales bodegas.

### **Etnografía de las bodegas, entre el brillo y la trastienda**

Castro Gómez describe la empresa corporativa (*managerial capitalism*) citando a Chandler como “aquella capaz de ejercer el control de la producción desde varios frentes y lugares, a menudo ejerciendo diversos tipos de actividades económicas, coordinando todo el proceso a través de “managers” encargados de supervisar la labor de obreros asalariados. Esta organización impersonal rompe con el tipo de empresa, hasta entonces dominante, en la que la producción estaba ligada a una localidad específica o a una familia en particular. El camino queda abierto así para la expansión de la empresa hacia el control de la producción (y no solo de los mercados) en lugares distantes” (2009: 64) Esta cita refleja las transformaciones comenzadas en los 90 en el modo de producción y gestión de algunas de las principales bodegas, cambios que a nivel macroeconómico desarrolla Vázquez, E. (2014) y a los que nos hemos referido en un artículo anterior<sup>15</sup>, en el que analizamos el comienzo del proceso de transnacionalización e identificamos los modos en que se tejían las relaciones entre patronos, gerentes y peones.

---

<sup>14</sup> Argentina - Tiempo de Cosecha. Homenaje a la Vitivinicultura en el Bicentenario de la Patria”, Josefina Rosner Ediciones, 2011. Capítulo 4.

<sup>15</sup> Aguilar, Vázquez – 2000.

Transcurridos 15 años desde aquel trabajo de campo, ciertos cambios en el estilo de establecer estos vínculos, ciertos modos de construir las propias identidades fueron consolidándose modificando las prácticas como los modos de nombrar, de enunciar, de simbolizar que marcaron a peones y trabajadores de las bodegas, proceso en el que comenzaron a mutar de peones o empleados a integrantes de “nuestra familia”, “nuestra gente” y de gerentes a CEOs junto al desdibujamiento de la figura del patrón. También es visible en varias bodegas el esfuerzo por poner a los trabajadores en movimiento a través de ciertos mecanismos de intervención como las capacitaciones especializadas en las que se busca transmitir el imaginario de la empresa, del nosotros y de sus virtudes frente a lo que ellos eran antes, seres sin conocimiento, sin cultura, sin formación, “incapaces de movimiento”<sup>16</sup>.

Queremos entonces prestar atención por un lado, a estas transformaciones en la construcción de la relación nosotros - otros, los matices de esos cambios en los cuerpos, los gestos y los imaginarios de los trabajadores buscando hacer visible el carácter de esos vínculos que, aunque de modo diferente, continúan bajo la marca de la inferiorización del subordinado. Por otro lado, y en tensa relación con lo anterior, ponemos el foco en la estética de las bodegas, en la imagen que eligen para presentarse. Las bodegas seleccionadas, si bien acompañan la tónica general del modelo dominante, difieren en términos de la escala de producción, en los modos de comercializar, en el estilo de gestión, lo que nos permite echar luz sobre los matices y la complejidad del proceso global.

### **Bodega Piattelli, la “revolución hacia la excelencia” o la amplificadora construcción de la apariencia**

*“Cuando se comenzó con el desarrollo del proyecto en Cafayate, siempre se tuvo en claro que debía ser única en la zona, tanto desde la estética como así también en el diseño enológico e industrial”* (Folleto de la Bodega) Piattelli es una bodega nueva que sólo produce vinos derivados del primer mosto, o sea vinos Premium, destinados principalmente al circuito internacional, con una capacidad instalada, por el momento, de sólo 250.000 litros. Localizada sobre una colina con una vista privilegiada y desde donde se destaca en el paisaje local porque es imponente, porque es grande, muy grande, grandiosa, más bien grandilocuente en busca de su objetivo: ser única en la zona. Su arquitectura es marcadamente sólida con un diseño ajeno a la estética local pero que incorpora materiales pensados y adaptados a la zona. El entorno está meticulosamente diseñado con

---

<sup>16</sup> Castro Gómez (2009) en un estudio sobre la industrialización de Bogotá a partir de los años 20, asocia la modernidad con “las condiciones de movilidad, en tanto que ésta era vista como el requisito indispensable para tener una existencia productiva” (151). Al analizar las festividades en ocasión de la conmemoración del Centenario de la Independencia, plantea que quienes la organizaron, intelectuales que pertenecían a “familias adineradas y tradicionales”... “compartían un desprecio profundo por las clases subalternas (en especial por los negros e indios) tenidas como incapaces de movimiento” (39).

plantas que combinan tipos, alturas y colores, especies originarias de la región como cactus junto a cortaderas que producen un efecto de suave pero continuo movimiento y vides que se incorporan a la estética. El interior está cuidadosamente decorado donde destacan pinturas de autor que forman parte de “la colección de la bodega” junto a muestras temporarias. El restaurante con cocina “gourmet” incorpora ingredientes y platos de la comida regional. El diseño y la decoración de los baños, junto a detalles como jabones finamente perfumados o toallitas de papel con el logo de la bodega, permiten con precisión identificar el “target del segmento de población” al que están destinados, los consumidores de cierto “estilo de vida” que seguramente deja desorientados a gran parte de los cafayateños, entrando en duda sobre la función de este recinto. La inversión fue también monumental y está reflejada no sólo en su construcción y en la tecnología incorporada sino que la millonaria suma que demandó forma parte del libreto de presentación de la bodega y por ende de quienes hicieron la inversión, sus propietarios, el “matrimonio californiano Jon y Arlene Malinski”.

A tono con la práctica extendida de incorporar el paisaje, la cultural local y el turismo a la actividad vitivinícola, se ofrecen una serie de servicios turísticos. A la oferta gastronómica y la exposición de artesanías locales se suma la degustación que debe ser previamente concertada, tiene un costo superior al de cualquier otra bodega, es personalizada y está a cargo de personal capacitado a tal fin, donde el ritual gestual, discursivo y de cambio de copas es destacado. Todo ello acompañado del relato sobre la historia de la bodega, donde sobresale la leyenda ensansalsatoria, enaltecedora del dueño y su familia, figura mítica y bienhechora, que visita el lugar alguna que otra vez al año. Este relato permite entrever la escenificación de la autoimagen de superioridad racial y de clase que se cuele junto al discurso de “nuestra familia” que pretende incluir a todos por igual. Es también un ejercicio de personalizar la imagen del propietario que en realidad está despersonalizado, ausente. En conversaciones informales fuera de las bodegas, principalmente con trabajadores del surco, lo que destacan con frecuencia es que no tienen trato con los dueños, que apenas los conocen, a diferencia del trato personalizado que tenían con los patrones de antes. El entorno de la bodega también está explotado turísticamente con una serie de “actividades outdoor” como “cabalgatas, caminatas, tours en bicicleta” que permite a sus visitantes disfrutar de la naturaleza de manera programada y guiada<sup>17</sup>. Para los nativos, en cambio, la

---

<sup>17</sup> Según Elías hay una “relación entre configuración de los hombres y sensibilidad ante la naturaleza” (1996 - 302) La particular apropiación de la misma se realiza a partir de dicha configuración. Al decir de este autor, a lo largo del proceso civilizatorio, hay

naturaleza forma parte del diario vivir, las “actividades outdoor de la carta turística” tienen otra función, otros nombres y ocupan en el calendario un lugar muy diferente. Caminar, andar en bicicleta o a caballo forman parte de los medios de los que disponen buena parte de los locales y de los empleados de esta bodega para ir a trabajar, llevar sus hijos a la escuela o recoger leña. Para los visitantes “caminatas, cabalgatas y tours en bicicleta” son prácticas pensadas para hacer uso del tiempo libre, para “disfrutar de la naturaleza”, es una actividad social que puede servir además como ejercicio deportivo para mantenerse en forma o realizada por prescripción médica. Para los otros en cambio, son un medio que se despliega con la naturaleza a veces a su pesar, a pesar del viento, a pesar del calor, a pesar de la lluvia. La naturaleza forma parte de su entorno vital cotidiano, no están distanciados de la misma, no la construyen como contraste, al menos en la experiencia a diario de sus vidas. Es posible decir que hacen por necesidad lo que los turistas hacen por placer. La naturaleza como paisaje, como oferta turística requiere un trabajo de disciplinamiento, de domesticación del campo eliminando o controlando aquello que incomoda desde la perspectiva y el “habitus” urbano. Esta construcción de la “naturaleza” a la medida es recreada a partir de una mirada de observador distante de la necesidad, para el cual la naturaleza “salvaje” ha quedado lejos de sus experiencias cotidianas.

Es oportuno hacer visible el contraste con lo que acontece en la trastienda de este “cuidado” de la naturaleza que “venden” para el disfrute de sus visitantes, en la etapa de cultivo de las plantas de vid. Es sabido el uso extendido de productos tóxicos como el Roundup y otros no autorizados que son muy contaminantes, poniendo en riesgo no sólo la salud de los que trabajan en el surco sino de la población, de la fauna local y del medio ambiente. Uno de nuestros entrevistados, haciendo referencia a un fertilizante que se agrega para mejorar la planta, nos dice: “... el riego por goteo, todo mecanizado, que pasa, viene un animal, un zorro, supónete un zorro, un ave, toma eso y se muere... es únicamente para la planta, da más vigor para la planta para que tire más uvas pero, para los animales? Ellos no lo ven de otro punto, lo ven de que crezca la planta nada más, no viene...mata 100 zorros o 500 loros, o 500 palomas, no le importa eso...le importa que le dé más uva, nada más” (Tractorista que trabaja hace 15 años en una de los bodegas grandes).

Tanto en la folletería, como en la información disponible en internet y en las visitas guiadas venden “momentos mágicos” para lo que la construcción de la apariencia -

---

un distanciamiento de la naturaleza, la que pertenece cada vez menos al “espacio vital cotidiano” de las personas. En dicho proceso el hombre se fue “alienando” de la naturaleza, la que se transforma en algo cada vez más ajeno a su experiencia socializada.

de lo que se quiere mostrar, del discurso público - es muy teatralizada, la fachada ocupa un lugar destacado y quizás por eso también las máscaras, muy gruesas, llevan necesariamente a reflexionar sobre lo que acontece tras bambalinas<sup>18</sup>. Castro Gómez sostiene que “la publicidad es una tecnología que busca afectar las maneras de *sentir* con el fin de movilizar las maneras de *vivir*. Es un gobierno sobre los estilos de vida” (2009 – 197). Esta práctica orientada a refinar los sentidos estimula la competencia en la elaboración de vinos de alta gama y la búsqueda de la “premiación” de los popes mundiales que tocan el vino con su barita mágica cuando le asignan una puntuación a partir de los 90 puntos<sup>19</sup>. Los enólogos y también los sommelier se han transformado en figuras centrales, “enseñan” a agudizar la percepción de los distintos sabores y aromas en paladares y narices. La nota de cata que acompaña a uno de los vinos de esta Bodega, es una muestra de este trabajo orientado a afectar las maneras de sentir “Brillante, de color amarillo pajizo, nuestro Premium Torrontés ofrece aromas florales trabajados con roble, mandarina y durazno blanco que se deslizan suavemente por el paladar acompañados por sabores a limón y miel, pimienta, y clavo de olor. Hacia el final, perdura con una acidez fresca y juvenil que culmina en un sutil toque de roble”.

La construcción del “nosotros” de la empresa ocupa también un lugar muy visible en la publicidad, “nuestra familia Piattelli” en cuyo pináculo están sus propietarios, se presenta como inclusiva de todos los que la conforman pero los trabajadores del surco, la colecta y la bodega son anónimos, solo visibles en alguna que otra imagen que muestra sus rasgos criollos. El personal que se destaca, cuyo rostro aparece asociado a un nombre, un apellido, una profesión y funciones específicas, son los que ocupan cargos de gerenciamiento, marketing y en concordancia con la moderna política de venta de los vinos de “alta gama”, los enólogos y también el chef que son “importados” de fuera de la provincia. El personal de la bodega que está en contacto con los clientes, muy bien uniformado, en general es multifuncional, los que realizan el trabajo de visitas guiadas y degustación, para el que recibieron una capacitación especial y están bien entrenados en el “nosotros” de la empresa, en exhibir su fachada, en esbozar una permanente sonrisa, en el trato cordial y deferente, alternan con el servicio de mozos en el restaurante o la atención en el puesto de venta. Se puede observar en la producción de la folletería como en el discurso del personal capacitado en “enoturismo”, la conflictiva tensión de los diferentes nosotros. El nosotros de la empresa moderna, de punta, con personal altamente especializado

---

<sup>18</sup> Scott; J. (2004) es un referente para pensar en las tensiones entre discurso público y discurso oculto.

<sup>19</sup> Los vinos de Piattelli tienen una puntuación de 90 y 92 puntos otorgada por Robert Parker y por la revista Wine Spectator, según lo publicitado.

y cuyo crecimiento fue *“logrado en primera instancia en los Estados Unidos”*, es un relato que en su fabricación busca transmitir el sentimiento de ese nosotros a su personal, entre ellos los trabajadores locales que tienen que aprender y apropiarse de ese discurso ajeno como si fuera propio, modernizar sus prácticas, ponerse en movimiento y pulir su “presencia”. El otro nosotros, el de “nuestra tierra, nuestro paisaje, nuestra cultura, nuestros platos regionales”, es también necesariamente invocado por la política de venta que incorpora el turismo y el paisaje regional, en un proceso que podríamos llamar de “apropiación del nosotros de ellos, de los locales” que a su vez son expropiados de su trabajo, de su cultura, de sus tradiciones. Se transforman en voces autorizadas que pueden dar a conocer el nosotros de los otros y que entienden colaboraron a recuperar y “poner en valor” su cultura, sus comidas, su paisaje, su lugar y porque no, sus posturas y sus cuerpos.

Esta tensa relación entre nosotros y otros, los trabajadores que aprenden el nosotros de la empresa, de los de fuera, en un mandato de hacerlo propio. Y la incorporación en el discurso y algunas prácticas de la bodega del “nosotros de ellos” los de aquí, en un proceso de nosotrización-apropiación de los productos culturales locales que son indispensables para el “maridaje” entre bodegas y turismo, no es privativo de Piattelli pero cobra aquí una fuerza y presencia particular<sup>20</sup>. Llama la atención que esta empresa tenga solo 28 empleados<sup>21</sup>, entre ellos los elegidos para conformar la “familia Piattelli”, pero sólo se puede explicar su funcionamiento por la práctica extendida en muchas bodegas de la tercerización de parte importante de los trabajos en la plantación, no sólo la cosecha, también poda, armado de cuadros, entre otros. Esto se hace a través de empresas contratistas que son las que seleccionan, contratan, pagan y despiden a los trabajadores temporarios, lo que se ha transformado en un serio problema para el Sindicato<sup>22</sup>. Nos dice uno de sus integrantes: “terceriza la ocupación del trabajador, entonces la terciarizadora toma gente y le hace el trabajo para la empresa, y bueno tiene su paga, su cobro, y esa empresa toma su personal, y no le da ni ropa, no le da vacaciones, no le da aguinaldo, todas esas cosas, complican un montón las terciarizadoras...encima de no pagarles maltratan a los personal,

---

<sup>20</sup> Todorov (2012) ayuda a pensar en los procesos de transformación y ensamblaje entre unos y otros. Identifica dos componentes en la experiencia de la alteridad de Colón en su percepción de los nativos. Por un lado los ve no sólo iguales sino idénticos y proyecta en ellos los valores cristianos como si fueran propios, pero también los ve diferentes en términos de superioridad inferioridad negando la existencia “de una sustancia realmente otra que pueda no ser un estado imperfecto de uno mismo” (55). Ambas figuras se sustentan en la identificación de los propios valores como universales. Podríamos decir que esta ambigüedad “en la que la alteridad humana se revela y se niega a la vez” (56) es constitutiva de todo proceso colonizador, aún en las sociedades contemporáneas.

<sup>21</sup> Información disponible en el Sindicato de marzo 2014, mes de cosecha. Entre los trabajadores no figura ningún cosechero.

<sup>22</sup> La información disponible en el Sindicato de Obreros y Empleados Vitivinícolas y Afines, indica que este año sólo una empresa, denominada sintomáticamente “Cooperativa de Trabajo y Producción” ha realizado los aportes de los trabajadores contratados para la temporada para varias de las bodegas, entre las que no figura Piattelli. Se sabe que hay otras contratistas pero no hicieron la presentación ni el depósito del aporte sindical o solidario.

con palabras jodidas, explotándolos a los trabajadores, la verdad que se siente mal porque el trabajador a veces por necesidad va a trabajar...”.

Esta es la otra cara, la de la trastienda, de los patios traseros de la casa de la “gran familia” que amontona objetos olvidados y sujetos anónimos tratados como cosas, pero no justamente en desuso.

### **San Pedro de Yacuchuya o Etchart y su maridaje con Rolland**

“Michell dice que sin arte y sin cultura es prácticamente imposible hacer grandes vinos. Michell Rolland cambió la cara y la calidad de los vinos argentinos. Michel y yo, porque yo lo traje”. (Entrevista a Arnaldo Etchart en Mondovino)

El armado de la historia de esta Bodega se sostiene en dos hitos fundacionales. Uno anclado en la tradición de una familia de bodegueros de antigua data con vínculos estrechos con la elite salteña. Remontan su origen vinculado a la vitivinicultura a 1850, inicialmente por línea materna y luego a la Bodega Etchart, que compra su padre en 1938 y que a mediados de los 90 se vende a la firma Pernod Ricard. El otro hito que marca un antes y un después en el relato de esta Bodega, pero también en la historia de Arnaldo Etchart y su familia es su asociación con Michell Rolland<sup>23</sup> para largar al mercado uno de los vinos Premium que obtuvo gran reconocimiento, poco antes vender la Bodega Etchart y pasar a ser San Pedro de Yacochuya. La importancia de esta relación en lo personal y en el reconocimiento internacional de sus vinos está reflejada en la página de internet de la bodega y en varias notas y entrevistas que se encuentran disponibles en la red. La tercera pata que sostiene esta historia es el propio Arnaldo Etchart como “personaje”. Tanto él como los que integran su entorno familiar próximo, destacan su persona, su figura, su trayectoria como aquel que “supo hacer de su apellido una marca de vino reconocida al tener que hacerse cargo del negocio familiar a la temprana edad de 18 años”<sup>24</sup>. Paradójicamente, a pesar de esa construcción tan personalizada de su producto, Etchart ya no es Etchart, la firma que compró la bodega compró también el nombre. La transición de Etchart a Yacochuya está marcada por la apuesta fuerte a los vinos Premium<sup>25</sup>, en una bodega mucho más chica, cuyos viñedos están a 2100 mts de altura, a través de incorporar todos los cambios que Rolland le propuso y que según plantean representó una nueva concepción en la producción de vinos. Esta bodega, como casi todas, se encuentra entre las que conforman la Ruta del Vino y por lo tanto está abierta a visitas. Estas son particularmente breves y es la

---

<sup>23</sup> Es asesor de más de 100 bodegas en diferentes países, autosuficiente, gurú en el mundo del vino. Según algunos es una de las figuras más renombradas y mediatizadas que logró vender en el mercado internacional muchos vinos argentinos, pero también muy polémica por su concepción sobre la producción de vinos.

<sup>24</sup> En <http://iniciusargentina.com.ar/tributo/hoy-arnaldo-etchart-719> Consultado el 10/03/2014.

<sup>25</sup> Según Marcos Etchart, Robert Parker Jr. le dio al Yacochuya 2000 93 puntos, la Wine Spectator le otorgó 91 y la Decanter, 5 estrellas. <http://www.welcomeargentina.com/cafayate/bodega-yacochuya.html> Consultado 20/04/2014.

única que no ofrece degustación: "... no descorchamos botellas para degustación sólo las vendemos, nos cuesta mucho obtenerlos y nos esmeramos en la búsqueda de la excelencia por eso valoramos nuestros productos". (Entrevista a Arnaldo Etchart, lugardelvino.com). De allí que el vínculo con el denominado "enoturismo" tiene una impronta menor que en otras bodegas. En este caso el foco está colocado en el maridaje entre arte, cultura y producción de vinos. El sector de la bodega es pequeño pero en sus paredes están expuestas varias obras originales de pintores, particularmente salteños, y algunas esculturas. El personalmente ha cultivado amistad con músicos, guitarristas y artistas, además de ser uno de los impulsores de la "Serenata a Cafayate". En este vínculo confluyen los intereses tanto de Etchart como de Rolland.

En términos de la relación nosotros – otros, Etchart, como los Domingo<sup>26</sup>, es también de Cafayate, no siempre vivió allí<sup>27</sup>, pero hace varios años que está instalado en Yacochuya y es una figura particularmente reconocida en el espacio local. Si bien comparte con los cafayateños y con sus trabajadores el gusto por la música folklórica, es amante y gran conocedor del paisaje vallisto - yacuchuyano y seguramente conoce y aprecia la gastronomía regional, su estrategia de comercialización no apunta a apropiarse de ese nosotros compartido con los locales que es frecuente entre los que compiten por reforzar el vínculo entre vino y turismo. Su afición por objetos artísticos más selectos y menos populares junto a su apuesta por los vinos de alta gama apreciados en el mercado internacional, lo llevan al encuentro con Rolland quien le hizo cambiar su concepción sobre la producción de este producto. El nosotros compartido con Rolland, por una cuestión de gustos enclasados, ha pasado a formar parte de su estrategia de marketing en ese camino recorrido, y recordado en cada entrevista, que transita de asesor, a socio, a amigo y remata con la firma de Rolland en sus vinos de exportación, firma que parece haberse transformado en "la obra de arte" de esta Bodega. Michel, blanco, extranjero, moderno, experto que da status a su vino y lo incorpora en el circuito internacional con la marca de "los mejores".

En varias entrevistas realizadas a obreros de la vid, Etchart es reconocido como "buen patrón", de buen trato, sin dudas el mejor. Ese trato condescendiente (Weber) de patrón que sabe compartir con sus empleados y "reconocerlos" como personas en sus necesidades (elementales) y sus aficciones, no deja fuera la mirada propia de las elites dominantes, particularmente en territorios con marcas profundas de la

---

<sup>26</sup> Domingo Hnos., una de las pocas bodegas que continúa en manos de sus primeros dueños que viven en Cafayate.

<sup>27</sup> En un tiempo tuvo una actividad empresarial y política importante por lo que no residía en Cafayate. Fue vicepresidente de la UIA y, en 1991, candidato a gobernador por uno de los subtemas del Justicialismo.

colonialidad que, siguiendo a Elías, tienden a constituirse como grupo que construye una imagen de “nosotros” enaltecida, superior y ejemplar que se expresa en sus prácticas, posturas, formas de nombrar. En ese mismo proceso construyen a los grupos subordinados como carentes de tales virtudes morales. Los otros entonces son estigmatizados, marcados como aquellos de calidad humana inferior. La reproducción de parte de la conversación que los Etchart mantienen en el documental Mondovino, es significativa al respecto. Arnaldo Etchart: “El bodeguero sin cultura no puede hacer buenos vinos... Marcos Etchart: Los descendientes de los indígenas generalmente no son personas con mucha iniciativa. Son más tranquilos... AE: son hombres sin iniciativa... ME: no progresan mucho socialmente, sin vocación de progreso. AE: por la idiosincrasia... ME: por la raza de ellos... AE: que viene ya por sus ancestros...”

Se desprende de este discurso que construyen la imagen de los indígenas - seres limitados, sin inquietudes, ni cultura - como el reverso de la propia, de los bodegueros con cultura y por ende blancos, descendientes de europeos, con vocación de progreso, modernos, activos y creativos. Dado el contexto del encuentro, una reunión con un documentalista francés que está filmando sobre la historia del vino, explicitan sin ambages lo que entienden<sup>28</sup> son las razones por las que los otros, nativos, criollos, indígenas, no tienen las condiciones ni las capacidades para ser bodegueros, menos aún buenos bodegueros, por lo que sólo les queda ser anónimos obreros de la vid. Se trata en síntesis de sus orígenes asociados a la raza, la idiosincrasia, los ancestros, lectura que parece estar vinculada tanto a una interpretación biológica como cultural. Es entonces la historia plasmada en la cultura de esos pueblos o en diferencias asignadas a la naturaleza lo que les impide alcanzar un “grado superior de desarrollo”, lo que los inferioriza<sup>29</sup>. De este modo se niegan e invisibilizan las históricas relaciones de dominación-subordinación con formato patriarcal, la expropiación de tierras, de su hábitat, la sumisión, la sujeción que han marcado las relaciones patrón-peón. En esta práctica de racialización<sup>30</sup> se usurpan también sus historias, sus memorias, sus saberes.

### [El Esteco, de Bodega de la familia Michel Torino a exponente de empresa corporativa](#)

---

<sup>28</sup> Aclaramos que la representación sobre los otros que se explicita en ese encuentro no es privativa de esta familia, ni de esta bodega.

<sup>29</sup> Sennett (2003) en pensamiento liberal, tesis de infantilización alude a aquellos que no son capaces de gobernarse a sí mismos.

<sup>30</sup> Segato (2007) defiende la idea de hablar en términos de raza, no en tanto pertenencia a grupos étnicos sino como “marca de una historia de dominación colonial que continúa hasta nuestros días”, ello le permite afirmar que “al continente le cuesta hablar del color de su piel y de los trazos físicos de sus mayorías”. La blancura opera como capital racial, agrega valor en los productos, incluyendo la producción académica. Plantea además variabilidad de la lectura de raza a medida que se cambia de contexto.

Es una de las más antiguas de la zona, fundada en 1892 por los hermanos David y Salvador Michel que con el tiempo heredó y gerenció María Luisa Cambolibe Michel Torino de Cornejo Costas (sic) durante más de 40 años hasta que la vende en los 90. Actualmente y desde el 2000 pertenece al Grupo Peñaflor, una de las multinacionales instaladas en Cafayate. La bodega es también una de las más grandes con un total de 780 has con viñedos<sup>31</sup> y una producción de entre 8 y 9 millones de litro por año. Trabajan 120 empleados permanentes entre bodega y viñas, en la época de cosecha se suman entre 100 y 150 personas y en la de poda aproximadamente 80<sup>32</sup>.

Entre las seleccionadas, es la que representa más fielmente el modelo capitalista corporativo, como otras varias que se instalaron en Cafayate en los últimos 20 años. Si la tradición en la producción de vinos ha sido, y en varios casos continúa siendo, la asociación del producto con el nombre de una familia, en este caso no hay referente familiar, ni evocación de familia, ni patrón, ni empresario, ni un dueño personificado a la distancia, hay un grupo económico que está por encima de todos, que sobrevuela fantasmagóricamente. La empresa está “coordinada” por varios gerentes (managers) cada uno de los cuales tiene a cargo un área determinada: comercial, de ventas, de marketing, de producción, de bodega, entre otras. Ellos no residen necesariamente en Cafayate y tampoco importa mucho quiénes son, de hecho no son siempre los mismos.

Esta bodega dejó de producir vino a granel a mediados de los noventa y, como todas, se orientó fuertemente a la producción de vinos de alta gama, cuatro de sus cinco marcas se crían en barricas de robles, variando la cantidad de meses según la jerarquía de los vinos. De las bodegas consultadas es la que tiene más vinos premiados o galardonados. Sobre el Altimus, por ahora su vino top, informan 7 premiaciones entre las cosechas de 2002 y 2010<sup>33</sup>, este es el único caso en que se establece un vínculo personal que es entre el enólogo y su producto, es el vino de autor, “el que lleva el sello personal de nuestro enólogo Alejandro Pepa”. No hay otra referencia en la página oficial de la Bodega que identifique una persona, un nombre con la bodega y sus productos. Inclusive la guía comenta en la visita que el nombre de la bodega en el exterior todavía sigue siendo Michel Torino pero están buscando cambiar esa asociación con la antigua marca, que evoca un nombre de familia.

La innovación como estrategia de producción y venta que parece un requerimiento instalado en los mercados, se hace visible en la página que cambia y se actualiza

---

<sup>31</sup> Según el relato de guía en la Bodega pero 400 has. es la información disponible en la página.

<sup>32</sup> Según informa la guía en la visita ante nuestra consulta.

<sup>33</sup> Las marcas que le siguen, Don David y Ciclos también fueron premiadas.

con frecuencia, cosa que no se observa en los otros casos. Ello permitió detectar también la innovación en la producción. El Elementos, por ejemplo, el último en la jerarquía de vinos, ya no figura, en cambio aparecen dos nuevos, uno que al parecer lo reemplaza y se llama Amaru y otro, Chañar Punco, sobre el que hay muy poca información<sup>34</sup>. La elección de estos nombres no es casual y nos lleva a reflexionar sobre la construcción de identidades, del nosotros y los otros.

Quien define y tensiona los términos de esta relación es la empresa. Aquí no hay un trabajo de construcción de un nosotros de “El Esteco” y su gente con identidad propia y personalizada. En la visita, que fue la de mayor duración e información más completa, la guía no utilizó en ningún momento la primera persona del plural en su relato, en cambio en todas las otras estas se incluyeron en el nosotros de la empresa: “nuestro vino se produce con el primer mosto...”, “nosotros utilizamos goteo para la viña...” o “nosotros levantamos las uvas a fines de marzo...”. El Esteco pertenece a una multinacional, como tal anónima, que no “explota” el costado del nosotros de la empresa. Sí en cambio es importante y muy trabajado el proceso de expropiación y apropiación de diferentes facetas y elementos de la cultura, la identidad y el paisaje local. Esto se observa en la estrategia de marketing desarrollada a través de las páginas de internet, también en la opción por ciertos nombres que pretenden identificar el producto con el lugar, su lengua y sus ancestros. La elección que podríamos llamar fundacional es el del nombre de la Bodega “El Esteco” tomado de una ciudad de la provincia de Salta que en siglo XVII habría sido destruida por un terremoto. Hay varias leyendas al respecto de esta mítica ciudad, la última es la que en este caso recrearon para apropiarse del nombre, resignificando cualquier leyenda anterior, en la que atribuyen su riqueza a sus suelos: “sus cepas únicas, fecundadas en un terruño privilegiado...”. Los nombres de los últimos dos vinos, que al parecer todavía no están en el mercado, son de origen quechua. El Amaru<sup>35</sup> se presenta así en la página: “Su nombre proviene del quechua, lengua nativa de los pueblos originarios de los valles y recuerda la vitalidad del agua que riega los suelos. Este vino, como su nombre, resume el espíritu místico de los valles calchaquíes”<sup>36</sup>.

Pero la muestra más acabada que revela el fino trabajo de articulación de su producto con la historia y la tradición local es el “Wine Hotel” Patios de Cafayate. Si bien está concesionado hace varios años<sup>37</sup>, es la oferta principal del paquete

---

<sup>34</sup> La primer cosecha del 1º es 2012, el 2º no indica cosecha y todavía no tienen ficha técnica.

<sup>35</sup> En la cosmología andina, serpiente que permitió el regreso de las aguas cuando la vida estaba por extinguirse. Ser mítico mediador entre la tierra y el sol.

<sup>36</sup> (<http://www.elesteco.com/bodega/> 21/05/14).

<sup>37</sup> Jutard (2006) “En 2005, **Starwood Hotels & Resorts Inc.** (la cadena de los hoteles top de **Sheraton**) se hizo cargo de esta propiedad, convirtiéndola en el primer eslabón de **The Luxury Collection** en el interior de la **Argentina**”. Al parecer en la actualidad ya no pertenece a esta cadena.

turístico de la bodega. A partir de lo que era un antiguo casco de finca con arquitectura colonial, se construyó este hotel que pasó de 4 a 30 habitaciones de estilo neocolonial, el esfuerzo por mantener está impronta se reflejó en su momento en la elección de quien sería su arquitecto, Mariano Sepúlveda<sup>38</sup>. Puede observarse un cuidado y minucioso trabajo de puesta en valor del diseño y la estética “colonial” que combina cierta tradición, en este caso producto de la colonización, con las últimas novedades del diseño y la tecnología moderna. Un lugar pensado como espacio de relax y tranquilidad para aquellos empresarios, managers y exigentes sectores de la elite, que viven habitualmente en vertiginoso movimiento. Para recrear este paréntesis de serenidad apelan a la calma, la tranquilidad y afabilidad del personal que es cafayateño, al arte de la gente del lugar en los diseños de tapices y artesanías y a los ingredientes de la cultura de los pueblos originarios (aquellos sin movimiento, sin iniciativa, sin voluntad de progreso) obliterando el lujo que todo ello representa. A título de ejemplo esta cita de una revista virtual especializada relativa al spa del hotel, es ilustrativa. “El concepto winespa duplica los atractivos de Patios...una terapia inspirada en la cultura y la riqueza tradicional de los Valles Calchaquíes...Productos y tratamientos están directamente vinculados al terruño; uvas de cepas regionales, semillas cordilleranas, manteca de cabra y quinua de Los Andes intervienen en la composición de cremas y ungüentos, elaborados según pautas de recetas ancestrales que las abuelas sabias del lugar supieron conservar” (Jutard, 2006).

Aquí vale la pena correr el foco y colocarlo en un sector de los trabajadores de la vid, los cosecheros. En esta actividad y particularmente para la producción de vinos de alta gama el trabajo manual continúa siendo indispensable. Sin su trabajo nada de lo anterior existiría. Es el último eslabón de la cadena, son trabajadores temporarios, a destajo y su paga es no solo indigna sino agravante a la condición humana<sup>39</sup>. Todos ellos son trabajadores vallistas descendientes de aquellas “abuelas sabias” que este emprendimiento hoy se apropia para el máximo bienestar del cuerpo de los que allí se hospedan que llegan a gastar por día lo que un cosechero gana en un mes, en un trabajo que sólo lo convoca tres meses al año.

Aparece nuevamente, de otro modo, la tensión entre ese otro cotidianamente inferiorizado étnica y culturalmente junto a la recuperación de ciertos objetos producto del arte, del conocimiento y del paladar de ese otro para transformarlos en valiosos, refinados, exquisitos.

## **A modo de conclusión**

---

<sup>38</sup> Ya fallecido, representó el exponente de la arquitectura neocolonial en Salta contratado principalmente para la construcción de viviendas, de sectores acomodados, que querían reproducir ese estilo.

<sup>39</sup> Revisando registros del sindicato vemos que en general los cosecheros sacaron en el mes de marzo de 2014 como máximo \$ 6800 y la mayoría entre \$ 3000 y \$ 4000.

En este trabajo presentamos una sucinta revisión de algunos acontecimientos que creemos relevantes en la vitivinicultura de los Valles Calchaquíes. Rescatamos algunos personajes, políticas, diagnósticos realizados en el pasado para mostrar el aislamiento de la zona hasta avanzada la segunda mitad del siglo XX, nos detuvimos en las opiniones de algunos autores sobre la forma de caracterizar a la población como dócil y sumisa, como siervos o esclavos, como indios, donde encontramos también componentes racistas en relación a la condición de indígenas. Quisimos trazar un perfil de una sociedad pequeña, con profundas divisiones, aislada y relativamente menos propensa a una “modernización capitalista”.

En ella se operan vertiginosas transformaciones con la globalización y el neoliberalismo, llegados en los 90s. con la compra de las bodegas más importantes. La etnografía de tres bodegas permite reflexionar sobre la situación actual de la actividad y de la zona, en términos de una renovación de la herida colonial. Las apropiaciones de un modelo neofordista en las relaciones laborales, marcan diversidades sobre una nueva servidumbre.

## Bibliografía

Aguilar, M.A., Vázquez, E. (2000). “Cafayate: impacto de la transnacionalización en una sociedad local”, presentado en III Congreso Latinoamericano de Sociología del Trabajo, Buenos Aires.

Vs. As. (2011) Argentina - Tiempo de Cosecha. Homenaje a la Vitivinicultura en el Bicentenario de la Patria”, Bs.As:Josefina Rosner Ediciones.

Botelli, José Juan (1985) “Antecedentes para La Historia del Vino en Salta”, Salta:Fund.Etchart.

Castro Gómez, Santiago (2009) Tejidos oníricos, Bogotá: Ed. Javeriana.

Collado, Patricia A.(2006) Desarrollo Vitivinícola en Mendoza - Argentina. Apuntes sobre su origen en Trabajo y Sociedad. Indagaciones sobre el empleo, la cultura y las prácticas políticas en sociedades segmentadas N° 8, vol. VII, Santiago del Estero.

Cornejo, Atilio (1943) “TOLOMBON (DEP. DE CAFAYATE)”. En: Boletín del Instituto San Felipe y Santiago, Tomo III, N°12: 279-307.

Elías, Norberto (1993) “El proceso de la civilización”, Buenos Aires: FCE.

Elías, N. y Scotson, J. (2000). “Os establecidos e os outsiders”. Río de Janeiro: Jorge Zahar Editores.

Jutard, Lucía (2006) “Buena vida en Cafayate”, en: Revista Lugares. N° 120. Salta.

Nossiter, Jonathan (2004) “Mondovino” – Documental-

Richard-Jorba, R. A. (2008) Crisis y transformaciones recientes en la región vitivinícola argentina. Mendoza y San Juan, 1975-2005, en Realidad Económica

<http://www.iade.org.ar/modules/noticias/article.php?storyid=2501>, consultada 2/4/14.

Schleh, Emilio (1914) Salta y sus riquezas, Bs. As.: mimeo.

Segato, Rita (2007) “La nación y sus otros”. Buenos Aires: Ed. Prometeo.

Sennett, Richard (2003). “El respeto”. Barcelona: Ed. Anagrama.

Scott, James (2004) “Los dominados y el arte de la resistencia. Discursos ocultos”. México: Ediciones Era.

Todorov, Tzvetan (2012). “La conquista de América. El problema del otro”. Buenos Aires: Ed. S XXI.

Vázquez, Estela (2014) “Vino, paisaje y cultura cotizan en el mercado global. El caso de la vitivinicultura en Cafayate”, CAAS, Rosario.

Se ha consultado una gran variedad de páginas en internet de las bodegas, notas sobre las mismas y entrevistas a bodegueros.